

DUE DATE SLIP**GOVT. COLLEGE, LIBRARY****KOTA (Raj.)**

Students can retain library books only for two weeks at the most

BORROWER'S No	DUE DATE	SIGNATURE

व्यावसायिक शिक्षा के प्रारम्भिक सिद्धान्त

[राजस्थान विश्वविद्यालय की प्री-यूनीवर्सिटी वाणिज्य कक्षाओं के
लिए निर्धारित नवीनतम पाठ्यक्रमानुसार एक विस्तृत विवेचन]



लेखक

डॉ० एस० सी० सक्सेना,

एम० ए०, एम० कॉम०, एल०एल० बी०, पी०एच० डी०

वाणिज्य विभाग, महारानी लक्ष्मीबाई कॉलेज,

ग्वालियर (म० प्र०)



साहित्य भवन

शिक्षा सम्बन्धी साहित्य के प्रकाशक

आगरा

प्रकाशक

साहित्य भवन

२७३२, सुई कटरा, आगरा ।

प्रथम संस्करण १९६१

मूल्य : रु० ५ ६२ नये पैसे

५

मुद्रक

राष्ट्रीय इलेक्ट्रिक प्रेस

शीतला गली, आगरा ।

भूमिका

प्रारम्भिक

“व्यावसायिक शिक्षा के प्रारम्भिक गिद्दान्त” शीर्षक पुस्तक की रचना मुझे राजस्थान विश्वविद्यालय की प्री-यूनीवर्सिटी बाणिज्य कक्षाओं के विद्यार्थियों के लाभार्थ करनी पड़ी। राजस्थान विश्वविद्यालय ने गत कुछ समय से त्रिवर्षीय कोर्स (Three Year Degree Course) प्रारम्भ कर दिया है। प्री-यूनीवर्सिटी कक्षा वास्तव में विश्वविद्यालय के त्रिवर्षीय कोर्स में प्रवेश पाने की पूर्व की तैयारी है। दसवी कक्षा के उत्तीर्ण विद्यार्थी इसमें भाग ले सकते हैं। प्री-यूनीवर्सिटी कक्षाएँ अल्पकालीन अवधि के लिये ही बालू की गई हैं और कुछ समय बाद केवल हायर सैकेंड्री एवं त्रिवर्षीय कक्षाएँ ही रह जायेंगी। सम्बन्ध इस अल्पकालीन महत्व के कारण ही प्री-यूनीवर्सिटी कक्षाओं के लिये उपयुक्त पुस्तकों का अभाव सा प्रतीत होता है। उदाहरण के लिये, बिजनेस मैनेज्मन्ट विषय पर मैंने जितनी भी पुस्तकें देखी हैं वे या तो दसवी कक्षा या हायर सैकेंड्री तक के विद्यार्थियों के लिये लिखी गई हैं अथवा कुछ बी० कॉम० के विद्यार्थियों के लिये। अतएव प्रथम श्रेणी की पुस्तकें तो निम्नस्तरीय एवं द्वितीय श्रेणी की उच्चस्तरीय हैं। प्रस्तुत पुस्तक में इस अभाव को पूर्ति करने का प्रयास किया गया है और ऐसी चेष्टा की गई है कि प्री-यूनीवर्सिटी के विद्यार्थियों को एक प्रामाणिक पुस्तक मिल सके। इस पुस्तक के कुछ प्रमुख आकर्षण निम्न-लिखित हैं —

विशेष आकर्षण

- (१) यह पुस्तक मूलतः राजस्थान विश्वविद्यालय की प्री-यूनीवर्सिटी बाणिज्य कक्षाओं के लिये निर्धारित पाठ्यक्रमानुसार लिखी गई है। पुस्तक के प्रारम्भ में सम्बन्धित पाठ्यक्रम भी दे दिया गया है, जिससे विद्यार्थी अपने कोर्स का अनुमान लगा सकें।
- (२) पुस्तक की भाषा को सरल एवं सुबोध बनाने के लिये तथा धारा प्रवाह स्थापित रखने के उद्देश्य से साधारण बोलचाल के शब्दों का ही प्रयोग किया गया है एवं उनके अंग्रेजी पर्यायवाची शब्द हिन्दी शब्दों के साथ में कोष्ठक में दिये गये हैं, जिससे विद्यार्थियों को विषय का अध्ययन करने में कठिनाई न हो।

(३) सम्पूर्ण पुस्तक को निम्नलिखित ८ उप-पुस्तिकाओं में विभक्त किया गया है —

प्रथम पुस्तिका—विषय-प्रवेश

द्वितीय पुस्तिका—देशी व्यापार

तृतीय पुस्तिका—विदेशी व्यापार

चतुर्थ पुस्तिका—विनिमय साध्य लेखपत्र

पंचम पुस्तिका—व्यापारिक पत्र-व्यवहार

छठी पुस्तिका—Business Correspondence

सप्तम पुस्तिका—बाजार समाचार

अष्टम पुस्तिका—Market Reports ।

(४) जैसा कि पुस्तक की उपर्युक्त योजना से प्रगट होता है, विश्वविद्यालय के निर्धारित पाठ्यक्रम के अनुसार व्यापारिक पत्र-व्यवहार (अ) हिन्दी और (ब) अंग्रेजी दोनों ही भाषाओं में दिया गया है। इसी प्रकार बाजार समाचार से सम्बन्धित सामग्री भी पृथक-पृथक अध्यायों में पहले हिन्दी और बाद में अंग्रेजी में दी गई है।

(५) प्रत्येक अध्याय के अन्त में अभ्यास के प्रश्न दिये गये हैं। इनसे विद्यार्थी पूछे जाने वाले प्रश्नों का अनुमान लगा सके।

(६) पुस्तक के अन्त में दिये हुये परिशिष्ट में राजस्थान विश्वविद्यालय की प्रो-यूनीवर्सिटी वक्षा के प्रश्न-पत्र दिये गये हैं।

आभार प्रदर्शन

इस पुस्तक की रचना में अनेक पत्र-पत्रिकाओं, प्रमाणिक पुस्तकों आदि से सहायता ली गई है, जिनके लेखकों और प्रकाशकों के प्रति कृतज्ञता प्रगट करना मैं अपना कर्तव्य समझता हूँ। कुमारी मधुबाला के प्रति भी मैं अत्यन्त आभारी हूँ, जिसने लेखनकार्य में सहयोग देकर मेरे भार को बहुत कुछ हल्का कर दिया। आशा है कि प्रो-यूनीवर्सिटी के विद्यार्थी मेरे इस प्रयास से लाभान्वित होंगे।

आनन्द निवास
लेकब परेड, ग्वालियर }
जुलाई, १९६१

एस० सी० सक्सेना

SYLLABI
UNIVERSITY OF RAJASTHAN
PRE-UNIVERSITY EXAMINATION
BUSINESS METHOD

Section A

- 1 Home Trade—course of a home trade transaction Preparation of Invoice Debit and Credit Notes Statements of Accounts and Accounts Sales
- 2 Foreign trade, procedure of importing and exporting goods and preparation of export invoices
3. Negotiable Instruments, Cheques, Bills of Exchange, Promissory Notes and Hundies

Section B

Simple Business Correspondence and Market Reports in English and Hindi

Note Both English and Hindi sections will contain questions on Correspondence as well as on Market Reports

विषय-सूची

अध्याय

पृष्ठ

प्रथम पुस्तिका-विषय प्रवेश

१. व्यावसायिक शिक्षा का अर्थ, क्षेत्र एवं महत्व	१-६
२. व्यवसाय की स्थापना	७-२०

द्वितीय पुस्तिका-देशी व्यापार

३. देशी व्यापार का संगठन	२१-६२
४. देशी व्यापार के मीढ़ों की गतिविधि	६३-७७
५. प्रत्य-विक्रय की शर्तें	७८-८६
६. माल भेजने के साधन	८७-९७
७. विक्रय-वृद्धि के साधन	९८-१११
८. व्यापारिक एजेंट एवं विदेशी विवरण	११२-१२५

तृतीय पुस्तिका-विदेशी व्यापार

९. विदेशी व्यापार (सामान्य विवेचन)	१२६-१४५
१०. विदेशों से माल मँगाना या आयात करना	१४६-१४८
११. विदेशों को माल भेजना या निर्यात करना	१५०-१५४
१२. विदेशी बोजक बनाना	१५५-१६२

चतुर्थ पुस्तिका-विनिमय साध्य लेखपत्र

१३. विनिमय साध्य लेखपत्र (विल)	१६३-१८५
१४. चेक	१८६-२१०
१५. ट्रेडि एवं प्रोनोट	२११-२२०

पंचम पुस्तिका-व्यापारिक पत्र-व्यवहार

१. व्यापारिक पत्र-व्यवहार का महत्व	३-७
२. एक अच्छे पत्र के लक्षण	८-१२
३. व्यापारिक पत्र का स्वरूप	१३-२६
४. व्यापारिक पत्रों के उदाहरण	२७-४०
५. तार भे	४१-५०

छठी पुस्तिका-विजनेस ड्राफ्टिंग

अंग्रेजी में व्यापारिक पत्रों के नमूने

५३-६२

६.	Essentials of a Good Business Letter	५३-५७
७	Letters of Application & Appointment	५८-६२
८	Letters Regarding Enquiries, Quotations, Offers and Orders	६३-६७
९	Letters Regarding Trade Reference & Status Enquiries	६८-७१
१०	Letters of Confirmation and Execution of Orders	७२-७४
११	Letters of Refusal and Cancellation of Orders	७५-७६
१२	Letters Regarding Complaints & Adjustments	७७-८०
१३	Dunning or Collection Letters	८१-८४
१४	Circulars and General Announcements	८५-८२

सप्तम पुस्तिका-बाजार समाचार

१५	वस्तु विपणन में प्रयोग होने वाली विशिष्ट शब्दावली	९५-१०२
१६	वस्तु विपणन से सम्बन्धित वाक्यांश व समाचार और उनका स्पष्टीकरण	१०३-११०
१७	वस्तु विपणन और मण्डलों के समाचार	१११-११३

अष्टम पुस्तिका-मार्केट रिपोर्ट्स

१८	Commodity Markets (Explanation of Terms, Phrases and Reports)	११३-१२८
परिशिष्ट	—प्रश्न-पत्र	१२९-१३१

व्यावसायिक शिक्षा का अर्थ, क्षेत्र एवं महत्व (Meaning, Scope & Importance of Business Training)

प्रारम्भिक

‘व्यावसायिक शिक्षा’ (Business Training) का अध्ययन करने के पूर्व यह जानना आवश्यक हो जाना है कि ‘व्यावसायिक शिक्षा’ का अर्थ क्या है? ‘व्यावसायिक शिक्षा’ वाक्यांश का पृथक्करण करने से यह स्पष्ट हो जाना है कि यह दो शब्दों से मिलकर बना है—(१) ‘व्यावसायिक’ (Business), और (२) शिक्षा (Training)। अतः इन दोनों शब्दों का पृथक्-पृथक् अर्थ समझने से व्यावसायिक शिक्षा का अर्थ मेली प्रकार समझा जा सकता है।

‘व्यावसायिक’ से आशय

‘व्यावसायिक’ शब्द ‘व्यवसाय’ (Business) से बना है। साधारणतः ‘व्यवसाय’ शब्द से हमारा आशय उन समस्त मानवीय क्रियाओं से होता है जो कि धनोत्पत्ति के लिए की गई हों। उदाहरण के लिये, गाँवों में किसानों द्वारा हल का चलाना, महिलाओं द्वारा दूध-दही तथा घी तैयार करना एवं नगरों में शोक तथा मेरीज विक्रेताओं द्वारा माल का बेचना, उद्योगपतियों द्वारा विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का निर्माण करना, चिकित्सक द्वारा किसी रोगी का इलाज करना, दकौल द्वारा बेस का तैयार करना, दूध-दही विक्रेताओं द्वारा विभिन्न नर-नारियों के ‘व्यवसाय’ ही तो हैं। किन्तु यह ‘व्यवसाय’ का व्यापक अर्थ है। मूल बात तो यह है कि ‘व्यवसाय’ एक बहुत लोचपूर्ण शब्द है। अतः विस्तृत अर्थ में, इसके अन्तर्गत उन समस्त क्रियाओं का समावेश किया जाता है, जिनका सम्बन्ध मानव एवं मशीन द्वारा पृथ्वी के गर्भ से विभिन्न वस्तुओं को निकालने, रूपान्तरित करने, एक स्थान से दूसरे स्थान को ले जाने और अन्त में उनको उपभोक्ता के हाथों में दे देने से है।

थो हैने (Haney) के शब्दों में—“व्यावसायिक क्रिया से आशय उस मानवीय क्रिया में है, जो कि वस्तुओं के तैयार-विकर द्वारा सम्पत्ति उत्पन्न करने प्रयत्न करने प्राप्त करने से सम्बन्ध रखती है।” संकुचित अर्थ में जो हमारे लिये अधिक माग्य है, ‘व्यवसाय’ के अन्तर्गत केवल निम्न तीन बातों का ही समावेश किया जाता है :—

(१) व्यापार—'व्यापार' (Trade) शब्द से आशय वस्तुओं के क्रय-विक्रय से होता है। उदाहरण के लिये, यदि राजीव १६ रु० प्रति मन की दर से ४ मन गेहूँ खरीद कर १८ रु० प्रति मन की दर से बेच दे, तो इस व्यवसाय को हम 'व्यापार' कहेंगे।

(२) वाणिज्य—'वाणिज्य' (Commerce) शब्द का अर्थ 'व्यापार'

संकुचित अर्थ में व्यवसाय में सम्मिलित है—

(१) व्यापार।

(२) वाणिज्य।

(३) उद्योग।

की अपेक्षा अधिक विस्तृत है। 'वाणिज्य' के अन्तर्गत हम केवल वय-विक्रय ही नहीं बल्कि व्यापार के अन्य सहायक प्रथवा उन साधनों का भी समावेश करते हैं जो कि व्यापार की प्रगति में सहायक होते हैं, जैसे यातायात एवं संचारवाहन के माध्यम, बैंक, बीमा कम्पनियाँ, अर्थ-निगम, डाक-व्यवस्था, स्व-धन एवं उपज विपणन विभाजन

एवं विक्रय-कला, इत्यादि। वाणिज्यिक सेवाएँ अपने विस्तृत समूहों द्वारा वस्तुओं की उत्पादन केन्द्रों में उपभोग के केन्द्रों तक पहुँचाती हैं। इन सेवाओं द्वारा उपभोक्ताओं को इच्छित वस्तुएँ, जहाँ और जहाँ वे जाहेँ प्राप्त हो जाती हैं। अतएव में, वाणिज्यिक सेवाएँ 'समय उपयोगिता' (Time Utility) 'स्थान उपयोगिता' (Place Utility) और 'प्रधिकार उपयोगिता' (Possession Utility) प्रदान करके वस्तुओं की उपभोक्ताओं के लिए अधिक उपयोगी बना देती हैं।

(३) उद्योग—'उद्योग' (Industry) शब्द से अनिप्राप्त माल के उत्पादन से है। अर्थशास्त्र की भाषा में 'उद्योग' शब्द से हमारा आशय प्राकृतिक प्रमाधनों में उपयोगिता-वृद्धि से है, क्योंकि मनुष्य किसी भीौतिक पदार्थ का निर्माण नहीं कर सकता और न वह उसे सृष्ट ही कर सकता है। यह कार्य तो परमपिता परमात्मा या है। मनुष्य तो केवल अपने विवेक के अनुसार विद्यमान पदार्थों की उपयोगिता में वृद्धि कर सकता है और इसी को हम 'उद्योग' कहते हैं। दूसरे शब्दों में, अनिमित्त पदार्थ की विक्रय-योग्य दशा में लाने की क्रिया ही 'उद्योग' कहलाती है। मानवीय आवश्यकताओं की सन्तुष्टि के हेतु उद्योग 'रूप उपयोगिता' (Form Utility) प्रदान करता है। उद्योग चार प्रकार के हो सकते हैं—(i) साध उत्पादन (Genetic), (ii) निष्कर्षण (Extractive), (iii) निर्माण (Manufacturing), और (iv) रचना (Construction)।

साध-उत्पादन सम्बन्धी उद्योगों से आशय ऐसे उद्योगों का है, जो कि मनुष्य के लाने के लिये आधार-भूत पदार्थ उत्पन्न करते हैं। कृषि-उद्योग इसका उदाहरण है। निष्कर्षण उद्योगों से तात्पर्य उन उद्योगों का है जिनका सम्बन्ध मुख्यतः पृथ्वी, सागर अथवा वायु से विभिन्न प्रकार के उपयोगी पदार्थों की प्राप्ति करके उन्हें बचचे माल अथवा निमित्त माल के रूप में प्रयोग करने से है। खनिज उद्योग, जंगल वाटना,

शिकार करना, मछली पकड़ना आदि इनके उदाहरण हैं। निर्माणी उद्योगों से अग्नि-प्राप ऐसे उद्योगों का है, जिनमें कच्चे माल द्वारा पक्का माल तैयार किया जाता है। अधिकतर उद्योग निर्माणी प्रकृति के ही होते हैं। निर्माणी उद्योगों के कुछ प्रमुख उदाहरण ये हैं—मूत से वस्त्र बनाना, पटसन से जूट के थैले बनाना, गन्ने से शक्कर बनाना, खुदी से कागज बनाना, लकड़ी से फर्नीचर बनाना इत्यादि। रचनात्मक उद्योगों की श्रेणी में निम्न का समावेश किया जा सकता है—सड़कें बनाना, इमारतें बनाना, पुल बनाना, बाँध बनाना, नहरों का निर्माण, इत्यादि।

व्यावसायिक क्रियाओं के अन्तर्गत केवल वस्तुओं का क्रय-विक्रय अथवा उनका निर्माण ही नहीं आता, वरन् इसके क्षेत्र में किंचित सेवाओं (Services) का भी समावेश किया जाता है। उदाहरण के लिये, जब कोई व्यक्ति किसी सिनेमा-गृह में जाता है, तो वहाँ से वह वह किसी वस्तु को खरीद कर नहीं लाता, वरन् मनोरंजन की सेवा प्राप्त करता है। इसी प्रकार जब कोई व्यक्ति जीवन बीमा निगम द्वारा अपना जीवन-बीमा कराता है, तो ऐसी दशा में उसे कागज के टुकड़े (जिसे इन्श्योरेंस पॉलिसी कहते हैं) के अलावा कुछ भी नहीं मिलता। परन्तु यदि हम गम्भीरता से विचार करें, तो पता लगेगा कि आकस्मिक मृत्यु या निर्धारित अवधि समाप्त होने पर जीवन बीमा निगम द्वारा जो धन राशि मिलनी है, उससे परिवार के शेष सदस्यों की बहुत बड़ी सेवा होती है। इसी प्रकार होटल ठहरने और रहने की सुविधा या सेवा प्रदान करते हैं एवं रेल और वायुयान एक स्थान से दूसरे स्थान को जाने की सेवाएँ प्रदान करते हैं। अतः इस अर्थ में निम्ना, जीवन बीमा, होटल, यातायात की सेवाओं में सम्बन्धित क्रियाएँ भी व्यावसायिक सेवाओं के अन्तर्गत आती हैं।

उपरोक्त विवरण से स्पष्ट है कि व्यापार, उद्योग एवं वाणिज्य के क्षेत्र में घनोपार्जन में सम्बन्धित क्रियाओं को 'व्यावसायिक क्रियाएँ' (Business Activities) कहते हैं।

'शिक्षा' से आशय

'शिक्षा' (Training) के अन्तर्गत हम किसी कार्य को विधिवत करने की पद्धति का समावेश करते हैं। प्रत्येक कार्य को करने का एक विशेष ढंग होना है। इसी कथन के आधार पर हम यह कह सकते हैं कि व्यावसायिक क्रियाओं (जिनके अन्तर्गत व्यापारिक, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक सभी प्रकार की क्रियाएँ सम्मिलित हैं) के सम्पादन की भी एक वैज्ञानिक पद्धति होती है और यदि उस पद्धति के आधार पर ही अमुक कार्य किया जाय, तो अधिकतम कार्यक्षमता एवं श्रेष्ठतम परिणाम प्राप्त किये जा सकते हैं, अथवा सम्भव है कि व्यावसायिक क्रिया लाभप्रद न हो। प्राचीन समय में व्यावसायिक क्रियाओं के सम्पादन के हेतु किसी विशेष शिक्षा, सावधानी अथवा प्रणाली की आवश्यकता नहीं होती थी। जो भी चाहता, दुकान खोल कर बैठ जाता और किसी न किसी ढंग से माल बेचकर जीविका कमाने लगता था। किन्तु शनैः शनैः

ज्ञान-विज्ञान की प्रगति से मनुष्य ने व्यावसायिक क्रियाओं के सम्पादन की नवीन पद्धतियाँ निकाली ।

‘व्यावसायिक शिक्षा’ से आशय

अतः ‘व्यावसायिक शिक्षा’ से हमारा आशय उस शिक्षा से है, जिसके अनुसार कुशलतम एवं श्रेष्ठतम ढंग से व्यापारिक, वाणिज्यिक एवं औद्योगिक क्रियायें सम्पादित की जा सकती हैं । माल कैसे खरीदा जाय, उसे किस चतुराई से बेचा जाय, व्यापारिक पत्र कैसे लिखे जायें, व्यापारिक कार्यालय का प्रबन्ध कैसे किया जाय, वस्तुओं के आयात एवं निर्यात में किन बातों का ध्यान रखा जाय, आदि बातों की जानकारी ‘व्यावसायिक शिक्षा’ के अन्तर्गत आती है । आजकल व्यापार के प्रत्येक क्षेत्र में वैज्ञानिक साधन अपनाये जा रहे हैं । उदाहरण के लिये, बिक्रय वृद्धि के विभिन्न साधनों में वैज्ञानिक बिक्रय कला (Scientific Salesmanship) ने सबसे अधिक उन्नति की है । अन्य पाश्चात्य देशों की अपेक्षा भारत में बिक्रय-कला का बहुत कम विकास हुआ है । इस दृष्टि से आज अमेरिका विश्व में अग्रणी है । वहाँ एक लोकोक्ति प्रसिद्ध है—“ग्राहक को आकर्षित करने के लिये केवल १ मिनट चाहिए और माल को बेचने के लिए दो मिनट ।” यदि कोई व्यापारी ऐसा नहीं कर सकता, तो उसकी ‘शिक्षा’ दीवपूर्ण कही जायेगी ।

वर्तमान युग विज्ञान, टेक्नोलॉजी एवं प्रतिस्पर्धा का युग है । इस युग में जो व्यवसायी सर्वश्रेष्ठ पद्धति अपनाता है और मौलिक तथा नवीन माधनों की प्रयोग में लाता है, सफलता उसका पद-सुम्बन करने के लिए तत्पर रहती है । थोड़े ही समय में वह व्यापारिक जगत का सम्राट् अथवा नेता बन सकता है । इसके विपरीत जो व्यापारी लकीर का फकीर होना है, और प्राचीन एवं परम्परागत जीर्ण-शीर्ण व्यावसायिक पद्धतियों का अनुकरण करता है वह नुकसान उठाता है और उसे सफलता मिलना कठिन हो जाता है ।

व्यावसायिक शिक्षा का क्षेत्र

व्यावसायिक शिक्षा का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है । इस विषय के अन्तर्गत उन विभिन्न वैज्ञानिक पद्धतियों के अध्ययन का समावेश किया जाता है, जिनका अनुकरण करने में एक व्यवसायी अधिक श्रेष्ठता एवं कार्यक्षमता के साथ अपना कार्य करने में समर्थ हो सकता है । जैसा कि हम ऊपर मनेत कर चुके हैं, आज ऐसी अनेक मस्यायें व पद्धतियाँ विद्यमान हैं, जो व्यावसायिक क्रियाओं को बहुत सुगम बना देती हैं, जैसे बैंक, बीमा, कम्प्यूटिंग, डाक व सार पर, यातायात एवं भ्रमणवाहन के साधन, धन चयन के माधन, व्यापारिक प्रतिनिधि आदि । इनको हम ‘व्यवसाय के यंत्र’ (Business Machinery) कह सकते हैं । त्रिम प्रकार मिलाई के कार्य होने की मशीन का प्रयोग करने से अधिक और अग्रंद् हो सकते हैं, उसी प्रकार उक्त व्यावसायिक यंत्र, व्यावसायिक क्रियाओं के सुगम व कुशल सम्पादन में योग प्रदान करते हैं । उदाहरण के लिए

डाक व तार विभाग द्वारा हम अपने समाचार दूर-दूर तक भेज सकते हैं और मंगा सकते हैं और इस प्रकार विदेशी क्रेताओं एवं विक्रेताओं से आसानी से सौदे कर सकते हैं। रेल, मोटर, वायुयान आदि ने वस्तुओं का एक स्थान से दूसरे स्थान को सस्ते व्यय पर और कम समय में मँगाना और भेजना सम्भव कर दिया है, बैंको ने व्यापारियों को व्यापारिक कार्यों के लिए आवश्यक पूँजी की चिन्ता से मुक्त कर दिया है। वे व्यापारियों की ओर से मुग्तान लेते और देते हैं। अतः स्पष्ट है कि इन विभिन्न संस्थाओं को उचित रूप से 'व्यवसाय का यन्त्र' कहा जा सकता है।

व्यावसायिक यंत्रों के विभिन्न अंगों में बहुत घनिष्ठ पारस्परिक सम्बन्ध होता है। सामान खरीदने और बेचने के कार्य में व्यापारियों को माल की दुलाई के लिए मात्तामात की सहायता लेनी पड़ती है, वह पूँजी प्राप्त करने में और व्यापार संचालन के लिए समय-समय पर रुपया उधार लेने के हेतु बैंक का सहारा लेता है। व्यापारी को किसी न किसी प्रकार की हानि की भी आशंका बनी रहती है। अतः व्यावसायिक जोखिमों (Business Risks) से बचने के लिए उसे बीमा कराना पड़ता है। वास्तव में व्यावसायिक यंत्रों के विभिन्न अंगों में इतना घनिष्ठ सम्बन्ध है कि उनमें से किसी एक की उन्नति अथवा घटती का दूसरे अंगों पर समान प्रभाव पड़ता है।

व्यावसायिक शिक्षा के अध्ययन का महत्व

वर्तमान युग में व्यावसायिक शिक्षा के अध्ययन के महत्व के विषय में जो कुछ भी कहा जाय कम ही होगा। आज व्यापार एवं वाणिज्य के क्षेत्र में अनेक क्रान्तिकारी परिवर्तन हो रहे हैं। व्यावसायिक क्रियायें दिन प्रतिदिन विपन्न होती जा रही हैं। आज वाणिज्य की इतनी अधिक शाखायें हो गई हैं और उनका कार्य इतना अधिक विस्तृत हो गया है कि वर्तमान व्यावसायिक पद्धति एवं उससे सम्बन्धित यंत्रों की 'शिक्षा' प्राप्त किए बिना व्यापार में पदार्पण करना निराशाजनक प्रमाणित हो सकता है। यदि कोई व्यापारी यह चाहे कि व्यापार प्रारम्भ करने के बाद वह अनुभव के आधार पर व्यावहारिक ज्ञान प्राप्त कर लेगा, तो यह रीति विवेकपूर्ण नहीं कही जा सकती। अतः यदि कोई व्यापारी असाधारण सफलता प्राप्त करना चाहता है, तो यह नितास्त आवश्यक है कि वह 'आधुनिक व्यावसायिक शिक्षा' (Modern Business Training) के मूल सिद्धान्तों से भली प्रकार परिचित हो।

प्रायः सभी पाश्चात्य देशों में बालकों को प्रारम्भ से ही व्यावसायिक शिक्षा की ओर आकर्षित किया जाता है। वे वाणिज्य की प्रत्येक शाखा में निपुण होने के बाद ही व्यापार में पदार्पण करते हैं। फिर हमारे देश के बालक भी क्यों किसी देश से पीछे रहें? क्यों? वे 'व्यावसायिक शिक्षा' प्राप्त करके अपने देश की समृद्ध बनाने में सहायक हों? आज भारतीय व्यवसायियों में से लगभग ७०% व्यक्ति वैज्ञानिक व्यावसायिक पद्धतियों से अनभिज्ञ हैं। अतः हमारे देश में व्यावसायिक शिक्षा का बहुत अधिक महत्व है।

भारतवर्ष एक अर्द्ध-विकसित देश है और अविचलित प्रवृत्ति के द्वारा इसकी प्रगति नहीं की जा सकती। वर्तमान नान हमारे देश के लिए योजना, पुनर्निर्माण एवं विकास का कान है। आजकल देश की चहुँमुखी समृद्धि के लिए तरह-तरह की योजनाएँ बनाई जा रही हैं तथा उनको कार्यान्वित भी किया जा रहा है। देश की औद्योगिक प्रगति के लिए अनेक वृहत्, लघु स्तरीय तथा कुटीर-उद्योग स्थापित किये जा रहे हैं। तृतीय पञ्चवर्षीय योजना के अन्तर्गत राजकीय क्षेत्र में अनेक उद्योग स्थापित करने के प्रस्ताव हैं। आधार, बाणिज्य एवं उद्योग की समृद्धि तथा उनकी वैज्ञानिक प्रगति के लिए यह नितांत आवश्यक है कि हम व्यावसायिक 'शिक्षा' का आश्रय लें। बिना व्यावसायिक क्रियाशीलता के मुबारक मगहन के 'नियोजित औद्योगिक विकास' की कल्पना करना चन्द्रमा की पृथ्वी पर लाने के समान असम्भव है। यही कारण है कि प्रो० यूनीवर्सिटी कक्षाओं में अनिवार्य रूप से इसका अध्ययन कराया जाता है।

Standard Questions

- (1) Carefully differentiate between 'Trade,' 'Commerce' and 'Industry' Give suitable examples of each
- (2) Define the term 'Business Training' Briefly discuss its scope
- (3) Discuss carefully the importance of the study of 'Business Training' under the present conditions of the country



२.

व्यवसाय की स्थापना (Establishment of Business)

प्रारम्भिक—व्यवसाय सचमुच एक कला है, अतः इस क्षेत्र में प्रवेश करने वाला व्यक्ति भी 'कलाकार' ही होना चाहिये। किसी नये व्यवसाय को प्रारम्भ करना कोई साधारण बात नहीं है। व्यावसायिक क्षेत्र में प्रवेश करने वाले व्यक्ति को अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ता है। इन समस्याओं को हम दो वर्गों में विभाजित कर सकते हैं :—

(I) व्यवसाय प्रारम्भ करने से पूर्व की समस्याएँ

व्यवसाय के क्षेत्र में प्रवेश करने वाले व्यक्ति को निम्नलिखित समस्याओं पर विचार करना चाहिये —

(१) व्यापार का चुनाव—व्यापार में प्रवेश करने वाले व्यक्ति को सबसे पहले इस बात का निर्णय करना चाहिये कि वह किस प्रकार का व्यापार प्रारम्भ करे। इस सम्बन्ध में उसे निम्न ४ बातों पर ध्यान देना चाहिये :—

(अ) व्यक्तिगत रुचि—व्यापार की प्रकृति का निर्णय करते समय उसे 'व्यक्तिगत रुचि' (Personal Taste) पर विशेष ध्यान देना चाहिये। 'व्यक्तिगत रुचि'

व्यावसायिक समस्याओं के
२ वर्ग

(I) व्यवसाय प्रारम्भ करने से पूर्व की समस्याएँ।

(II) व्यवसाय प्रारम्भ करने के बाद की समस्याएँ।

से हमारा आशय यह है कि जिस काम के करने में हमें स्वाभाविक रुचि हो वही काम करना चाहिये, क्योंकि प्ररुचि के साथ काम करने से न तो स्वयं को ही सुख व शान्ति मिलेगी और न कार्य का फल ही अधिक सतोषजनक होगा। इस सम्बन्ध में विश्वविख्यात

उद्योगपति हेनरी फोर्ड का उदाहरण विशेष रूप से उल्लेखनीय है।

हेनरी फोर्ड के पिता सेठी करते थे किन्तु उसे कृषि-कार्य में शेष मात्र भी

रुचि नहीं थी। हैनरी फोर्ड ने अपनी रुचि से मोटर का उद्योग प्रारम्भ किया और इस व्यवसाय में उसे जो सफलता मिली है उससे आज विश्व मलौ प्रकार परित्वित है। यदि वह अपना पेट्रुल व्यवसाय ही करता तो सम्भवतः उसे सफलता नहीं मिलती और

व्यापार की स्थापना में विचारणीय तत्त्व

१. व्यापार का चुनाव :

- (अ) व्यक्तिगत रुचि।
- (ब) योग्यता।
- (स) उपलब्ध क्षेत्र।
- (द) पूँजी की मात्रा।

२. प्रारम्भिक अनुसन्धान या प्रवर्तन।

३. व्यावसायिक संगठन का स्वरूप :

- (अ) एकाकी व्यापार।
- (ब) साझेदारी का व्यापार।
- (स) कम्पनी का व्यापार।
- (द) सहकारी व्यापार।

४. व्यवसाय प्रारम्भ करने की आज्ञा लेना।

५. पूँजी का एकत्रीकरण।

६. व्यवसाय का स्थान

- (अ) कच्चे माल की सुलभता।
- (आ) सस्ती शक्ति की सुलभता।
- (इ) सस्ता व शुशल श्रम।
- (ई) वातावरण एवं सदेशवाहन की सुविधाएँ।

(उ) अनुकूल वित्तवायु।

(ऊ) अधिक मूल्य।

७. कर्मचारियों का चुनाव।

८. कार्यालय की सामग्री।

९. राजकीय नीति।

न वह इतना धनी हो पाता। इस सम्बन्ध में हमें यह यही भूलना चाहिये कि अपनी रुचि के व्यवसाय में धोखा भी हो सकता है। कभी-कभी ऐसा होता है कि किसी कार्य की ऊपरी शोभा से मोहित होकर हम उसे करने लगते हैं किन्तु बाद में पछताते हैं। इसके विपरीत, यह भी सम्भव है कि अज्ञानता के कारण किसी कार्य में हमारी अरुचि हो। ऐसा भी देखा गया है कि एक व्यक्ति अरुचि का कार्य प्रारम्भ करता है परन्तु धीरे-धीरे वह उसको समझने लगता है तथा कुछ समय बाद उसमें उसकी रुचि पैदा हो जाती है।

(ब) योग्यता—व्यक्तिगत रुचि के बाद दूसरा घटक है योग्यता (Capability)। बिना व्यावसायिक योग्यता के हम किसी भी कार्य को सफलतापूर्वक नहीं कर सकते। योग्यता पेट्रुल हो सकती है अथवा अनुभव एवं शिक्षा से भी इसे प्राप्त किया जा सकता है। पेट्रुल योग्यता पर तो हमारा कोई वश नहीं होता। अनुभव धीरे-धीरे प्राप्त होता है। हाँ, शिक्षा अवश्य योग्यता प्राप्त करने का एक उचित साधन है।

(स) उपलब्ध क्षेत्र—व्यापार के चुनाव के सम्बन्ध में निर्णय करते समय व्यक्तिगत रुचि और योग्यता के अतिरिक्त उपलब्ध क्षेत्र (Scope of Business) का भी ध्यान रखना चाहिये। कुछ व्यापारिक क्षेत्रों में बड़ी तीखी प्रतिযোগिता रहती है।

अतः यहाँ नये व्यापारी के लिये पैर टिकाना बड़े साहस का काम होता है। इसलिये व्यापार में प्रवेश करने वाले व्यक्ति को ऐसा व्यापार चुनना चाहिये, जिसमें कम से

कम प्रतियोगिता हो तथा जिसमें माँग की पूरी पूर्ति नहीं हुई हो, अथवा जहाँ माँग तेजी से बढ़ रही हो ।

(द) पूँजी की मात्रा—व्यापार का चुनाव करते हुए हमें अपनी 'पर्स' (Personal financial resources) का भी ध्यान रखना चाहिये । बिना साधन के हम कोई व्यापार नहीं कर सकते और हमें कौनसा व्यापार चुनना चाहिये, इस प्रश्न के उत्तर में हमारे साधन महत्वपूर्ण प्रभाव डालते हैं । 'साधन' में हमारा आशय 'पूँजी' का है, क्योंकि प्रायः सभी व्यावसायिक आवश्यकताओं को पूँजी के द्वारा प्राप्त किया जा सकता है । 'तेते पाँव पसारिये, जेती लाम्बी सौर'—इस लोकोक्ति के आधार पर हमें ऐसे व्यापार में ही हाथ डालना चाहिये, जिसका आर्थिक बोझ उठाने की हममें क्षमता हो ।

(२) प्रारम्भिक अनुसन्धान—व्यवसाय की प्रकृति का निर्धारण करने के बाद प्रवेशकर्ता को कुछ प्रारम्भिक अनुसन्धान करना चाहिये । प्रारम्भिक अनुसन्धान में हमारा आशय 'व्यापार सम्बन्धी सुविधाओं तथा सुप्रवसरो की खोज' करने से है । उसे यह देखना चाहिए कि उस अमुक व्यवसाय के क्षेत्र में बिषम प्रतिस्पर्धा तो नहीं है और यदि है तो क्या वह उसका सामना सफलतापूर्वक कर सकेगा ? व्यापार का क्षेत्र प्राँक कर, उसके लिये आवश्यक सामग्री कहाँ उपलब्ध होगी ? पूँजी का कलेवर क्या होगा ? प्रबन्ध एवं संचालन की क्या व्यवस्था होगी ? आदि बिषयों में सम्बन्धित एक पूर्व निश्चित योजना बना लेनी चाहिए । किसी कम्पनी निर्माण में इसी योजनाकरण को 'प्रवर्तन' (Promouon) की सज्ञा देते हैं ।

(३) व्यावसायिक संघटन का स्वरूप—व्यवसाय का चुनाव करने के बाद उसके संगठन का स्वरूप निश्चित करना चाहिये । व्यावसायिक संस्थाएँ मुख्यतः ४ प्रकार की हो सकती हैं—(अ) एकाकी व्यापार, (ब) साझेदारी का व्यापार, (स) कम्पनी का व्यापार, और (द) सरकारी व्यापार ।

(अ) एकाकी व्यापार—एकाकी व्यापार में व्यापार का समस्त उत्तरदायित्व एक व्यक्ति के ही कंधे पर होता है । असफल होने की दशा में व्यापार का सारा जोखिम भी उसे ही भेलना पड़ता है । एकाकी व्यापारी स्वयं ही व्यापार का स्वामी और उसका प्रबन्धक भी होता है । एकल स्वामित्व की दशा में एक ही व्यक्ति समस्त लाभ का अधिकारी होता है । भ्रत यह भावना कि सारा लाभ उसकी ही जेब में जायगा, बड़ी प्रेरणा करती है । एकाकी व्यापार के गुण-दोषों के विवेचन से यह स्पष्ट हो जायगा कि व्यापार का यह स्वरूप उन व्यवसायों के लिये ही सर्वश्रेष्ठ है—(i) जो छोटे हैं, (ii) जिनमें कम पूँजी व कम योग्यता की आवश्यकता पड़ती है, (iii) जिनमें व्यक्तिगत देख-रेख महत्वपूर्ण होती है और (iv) जिनमें उत्तरदायित्व अधिक नहीं होता ।

(ब) साझेदारी व्यापार—साझेदारी की दशा में दो अथवा दो से अधिक व्यक्तियों को एक अनुबन्ध करना पड़ता है । यद्यपि साझेदारी की स्थापना बड़ी

सरलता से की जा सकती है, परन्तु विश्वासपात्र साभेदार सरलता से नहीं मिलता। हाँ, इसमें व्यापार के लिये विभिन्न प्रकार की योग्यताओं का लाभ अवश्य मिल जाता है। व्यवसाय की अधिक सामर्थ्य भी बढ़ जाती है। परन्तु उत्तरदायित्व के असीमित होने के कारण प्रत्येक साभेदार के लिये बड़ी जोखिम रहती है। साभेदारी ऐसे कार्यों के लिये अधिक उपयुक्त है, जिनमें जोखिम अधिक है और साथ ही अधिक लाभ होने की संभावना है।

(स) कम्पनी व्यापार—कम्पनी की दशा में बहुत अधिक मात्रा में पूँजी एकत्रित की जा सकती है। कम्पनियों का अस्तित्व भी स्थाई होता है। इसमें अशुधारियों का दायित्व सीमित होता है। प्रबन्ध एवं संचालन का कार्य अशुधारियों के प्रतिनिधि, जिन्हें 'संचालक' (Director) कहते हैं, द्वारा होता है। परन्तु व्यावसायिक संगठन के इस स्वरूप में सबसे बड़ा दोष यह है कि एक कम्पनी के निर्माण के लिए अनेक वैधानिक कार्यवाहियाँ करनी पड़ती हैं। दूसरे इसमें प्रबन्ध एवं संचालन व्यवस्था का भी केन्द्रीयकरण हो जाता है। हाँ, यदि बड़ी मात्रा में वस्तुओं का उत्पादन करना हो, तो व्यावसायिक संगठन के इस स्वरूप की थोड़ी कहा जा सकता है।

(ब) सहकारी व्यापार—इसमें कम से कम १० व्यक्ति मिलकर कार्य करते हैं। यह व्यवस्था अल्प साधनों वाले व्यक्तियों के लिये उपयोगी है, जिनके समान आर्थिक हित हों। गाँवों में ऐसी समितियाँ बहुत लोकप्रिय हो रही हैं।

(४) व्यवसाय प्रारम्भ करने की आत्मा सेना—वर्तमान युग 'हस्तक्षेप का युग' है। आजकल केवल आर्थिक क्षेत्र में ही नहीं, बल्कि हमारे उठने-बैठने, खाने-पीने, चलने-फिरने, व्यवसाय निर्धारण करने आदि सभी बातों में राज्य का कुछ न कुछ हस्तक्षेप है। सुनने में यह बात बड़ी अटपटी प्रतीत होती है, किन्तु वास्तविक स्थिति ऐसी ही है। जरा सोचिये। हम स्वेच्छा से सड़क पर नहीं चल सकते—'बायें की चल' का नियम ध्यान में रखना पड़ता है। यदि सरकार ने मदिरा पान वर्जित कर दिया है तो अपनी इच्छा से शराब नहीं पी सकते हैं। इसी प्रकार, 'औद्योगिक (विकास एवं नियमन) अधिनियम' के अनुसार व्यवसाय खोलने के पूर्व भी सरकार की अनुमति लेनी पड़ती है एवं इसके बाद भी बारखाना अधिनियम, साभेदारी अधिनियम अथवा कम्पनी अधिनियम के आदेशों का पालन करना पड़ता है। बिना राजकीय लाइसेंस प्राप्त किये हम मनमाना व्यापार मनमाने स्थान पर नहीं कर सकते। इस सम्बन्ध में यह भी उल्लेखनीय है कि एकाकी व्यापार के निर्माण में किसी प्रकार की वैधानिक कार्यवाही नहीं करनी पड़ती, परन्तु साभेदारी के रजिस्ट्रेशन के लिये अथवा कम्पनी के समामेलन के लिये अनिवार्य रूप से अनेक वैधानिक कार्यवाहियाँ करनी पड़ती हैं।

(५) पूँजी—तीसरी महत्त्वपूर्ण समस्या पूँजी की है। कोई भी व्यापार पूँजी के बिना प्रारम्भ नहीं किया जा सकता। पूँजी की आवश्यकता निम्न बातों के लिये होती है—(अ) स्थायी सम्पत्तियाँ खरीदने के लिये, जैसे—मशीन, इमारत,

फर्नीचर आदि। इसे स्थायी अथवा अचल पूँजी (Fixed Capital) कहते हैं। (ब) प्रस्थाई सम्पत्तियाँ खरीदने के लिए, जैसे—कच्चा माल, ईंधन आदि। इसे कार्यशील पूँजी (Floating Working Capital) कहते हैं। यदि कोई व्यक्ति स्वयं धनाढ्य है, तो वह केवल व्यक्तिगत पूँजी से ही व्यवसाय प्रारम्भ कर सकता है, किन्तु यदि निजी पूँजी अपर्याप्त है तो उसे या तो अपने मित्रों और सम्बन्धियों से पूँजी उपार लेनी पड़ेगी अथवा किसी पनीमानी साभेदार की सहायता से वह व्यवसाय शुरु कर सकता है। यदि कम्पनी के आधार पर व्यवसाय प्रारम्भ करना है, तो प्रविशरण (Prospectus) प्रकाशित करके जनता से पूँजी एकत्रित करनी पड़ेगी। पूँजी की समस्या के सम्बन्ध में एक ध्यान देने योग्य बात यह है कि पूँजी की मात्रा व्यवसाय की आवश्यकताओं के लिए पर्याप्त होनी चाहिए। पूँजी की मात्रा न तो आवश्यकता से अधिक होनी चाहिये और न आवश्यकता से कम। आवश्यकता से कम पूँजी एकत्र होने पर पर्याप्त मात्रा में माल व्यवसाय में नहीं रखा जा सकता और परिणामस्वरूप अनेक बाधाएँ उपस्थित हो सकती हैं। समय पर ऋणदाताओं को भुगतान भी नहीं किया जा सकता, जिससे व्यवसाय की ख्याति को हानि पहुँचेगी।

(६) व्यवसाय का स्थान—व्यवसाय के लिए उपयुक्त स्थान का खोजना भी सूचमूर्ख एक कठिन समस्या है। व्यवसाय का भवन ऐसे स्थान पर होना चाहिए जहाँ कम से कम हानियाँ और अधिक से अधिक लाभ हों। किसी उद्योग-धर्म्य को स्थापित करने के लिए वह स्थान सर्वश्रेष्ठ होगा जहाँ—(अ) कच्चा माल सुलभ हो, (ब) सस्ती शक्ति हो, (स) सस्ता एवं कुशल श्रम हो, (द) यातायात एवं सन्देश-वाहन की सुविधाएँ हों, (य) अनुकूल जलवायु हो, (र) अधिक माँग हो, आदि। फुटकर दूकानदारों की स्थिति नगर के मध्य में होनी चाहिए, जहाँ कि जनसंख्या का घनत्व अधिक होता है, प्रायः ऐसा देखा जाता है कि एक नगर में भिन्न-भिन्न बाजार विभिन्न वस्तुओं के लिए प्रसिद्ध हो जाते हैं, अतः विशिष्ट वस्तु को खरीदने के लिए ग्राहक उस वस्तु के विशिष्ट स्थान पर ही जायगा, अतः किसी वस्तु के लिए प्रसिद्ध स्थान पर ही उसका व्यवसाय करने से अधिक लाभ हो सकता है।

(७) कर्मचारियों का चुनाव—किसी व्यवसाय को प्रारम्भ करने के लिए कर्मचारी वर्ग का उचित चुनाव भी अत्यन्त महत्व रखता है। यह कार्य बड़ी सावधानी से करना चाहिए। सरलपन के विचार से कार्यक्षमता का बलिदान नहीं करना चाहिए। प्रत्येक कर्मचारी को उसकी योग्यता एवं कार्यक्षमता का ठीक अनुमान लगाकर ही नियुक्त करना चाहिए। जहाँ तक सम्भव हो निष्कपट, ईमानदार, परिश्रमी तथा कुशल व्यक्तियों को ही नियुक्त करना चाहिए। यदि प्रारम्भ में ही श्रम-विभाजन की योजना बना ली जाय तो प्रति उत्तम होगा।

(८) कार्यालय की सामग्री—प्रत्येक व्यावसायिक भवन में एक कार्यालय का होना आवश्यक है। पत्र-व्यवहार के लिये राइटिंग पेड, बागज, टाइप राइटर, फाइल, इण्टीरेटर-तिथि-गन्त्र, फर्नीचर आदि सामग्री व्यवसाय के प्रकार के अनुसार होनी

चाहिये। ठीक-ठीक हिसाब-किताब रखने के लिये उपयुक्त बहिर्वा या रजिस्टर भी होना चाहिए। कार्यालय को कार्य-प्रणाली अत्यन्त सरल हो, जिससे कि कोई भी नवीन कर्मचारी उसे सुविधापूर्वक ग्रहण कर सके।

(६) राजकीय नीति—व्यापार को सुव्यवस्थित करने के लिए तथा उसकी प्रगति में सम्भव बाधाओं का निवारण करने के लिए व्यापार को प्रारम्भ करने से पूर्व ही प्रवेशकर्ता को सरकार की व्यापार तथा अर्थ-नीति का पूरा-पूरा अध्ययन कर लेना चाहिए। अपने व्यापार को ध्यान में रखते उसको सरकार द्वारा दी जाने वाली सुविधा, नियन्त्रण, प्रतिश्रव्य आदि का उचित अध्ययन करना चाहिए और यदि कोई सदिग्ध बात हो तो उसका स्पष्टीकरण कर लेना चाहिए।

व्यापार के विकास में सामेदार सहायक है अथवा नोकर ?

जब एकाकी व्यापारी का व्यापार बढ़ता है तो ऐसी दशा में एक समस्या उत्पन्न होती है कि बहुत व्यापार को समालने के लिये वेतन पाने वाले कर्मचारियों की नियुक्ति की जाय अथवा व्यावसायिक संगठन का रूप ही बदल कर अन्य सामेदारों का समावेश करके उसे सामेदारी में परिणत कर लिया जाय। यहाँ हम दोनों पक्षों के गुण व दोषों की विवेचना करेंगे।

(अ) कार्यकर्ताओं की नियुक्ति की दशा में—यदि बढ़ते हुए व्यापार को समालने के लिए वेतन पाने वाले कर्मचारियों की नियुक्ति की जाती है तो इससे एक लाभ यह होता है कि एकाकी व्यापारी अपने निर्णय में पूर्व की भाँति स्वतन्त्र रहता है। जो भी कर्मचारी नियुक्त किये गये हैं वे एकाकी व्यापारी को परामर्श दे सकते हैं, परन्तु उसको मानना अथवा न मानना उनकी स्वेच्छा पर निर्भर करता है। वे अपने स्वामी को अथवा जो कहे कि व्यापार के व्यवस्थापक को अपनी राय के अनुसार कार्य करने के लिये विवश नहीं कर सकते। दूसरे, बढ़ते हुये व्यापार को समालने के लिये जिन व्यक्ति विशेष की आवश्यकता हो उसकी नियुक्ति की जा सकती है। उदाहरण के लिये, यदि व्यापार के लिये अधिक विज्ञापन की आवश्यकता हो एक विज्ञापन विशेषज्ञ नियुक्त किया जा सकता है। इसी प्रकार बिक्रय को प्रोत्साहन देने के लिये बिक्रय-कला-दक्ष बिक्रेता की नियुक्ति की जा सकती है। यदि बजारघाते में नई प्रकार की मशीन लगाई गई है तो उसके संचालन के लिये प्रत्येक विशेषज्ञ नियुक्त किया जा सकता है। सामेदार में इन विशेष गुणों का होना अनिवार्य नहीं है। तीसरे, एकाकी व्यापारी अपने कर्मचारियों पर पूर्ण नियन्त्रण भी रख सकता है। सामेदार भले ही अपने अन्य भागियों की आज्ञा को टाल दे, परन्तु कर्मचारियों के लिये एकाकी व्यापारी की आज्ञाओं को पालन करना सर्वश्रेष्ठ कर्तव्य होता है।

उपरोक्त गुणों के विपरीत, कार्यकर्ताओं की नियुक्ति की दशा में अनेक दुर्बलताएँ भी होती हैं। प्रथम वेतन पाने वाला कर्मचारी कभी भी उस लगन एवं अभिधृति से कार्य नहीं करेगा जैसे कि व्यापार का स्वामी, क्योंकि वह जानता है कि उसके अधिक या कम परिश्रम करने से जो लाभ-हानि होगी उसका उस पर किसी

प्रकार प्रभाव नहीं पड़ सकता। उसको तो निश्चित वेतन मिलेगा ही। भ्रत वह उतना ही कार्य करता है जितना उसके सुपुर्द किया जाता है। निश्चित काम के घण्टों के उपरान्त वह कभी भी व्यापार के विषय में सोचने का कष्ट नहीं करता। संक्षेप में, एक कर्मचारी का व्यापार में व्यक्तिगत स्वार्थ नहीं होता। दूसरे, जहाँ तक उत्तरदायित्व का प्रश्न है, एक कर्मचारी का उत्तरदायित्व उसके निर्धारित काल एवं नियत कार्य तक ही सीमित रहता है और उसके लिए वह एक निश्चित सीमा तक अपने स्वामी के प्रति उत्तरदायी होता है। साम्प्रदायिक की भाँति एक कर्मचारी का दायित्व 'व्यक्तिगत एवं सामूहिक' नहीं होता। तीसरे, यदि व्यापार के विकास के साथ-साथ अधिक पूँजी की आवश्यकता होती है तो इस समस्या के हल में भी कर्मचारी सहयोग नहीं दे सकते। यदि वे व्यापार को ऋण देते भी हैं तो उस पर एक निश्चित दर से व्याज देना अनिवार्य होना है, परन्तु साम्प्रदायिक को लगाई गई पूँजी पर केवल लाभ ही दिया जाता है और हानि की दशा में उसको भी नुकसान सहन करना पड़ता है। चौथे, कर्मचारियों की नियुक्ति से व्यापार का प्रतिरिक्त व्यय भी बढ़ जाता है। व्यापार में लाभ हो या न हो, कर्मचारियों को वेतन भ्रक्ष्य देना पड़ेगा।

(ब) साम्प्रदायिक लेने की दशा में—यदि बढ़ते हुए व्यापार को संभालने के लिए नये साम्प्रदायिक का सहयोग लिया जाय, तो इससे निम्न लाभ होंगे —

(१) कर्मचारियों की अपेक्षा साम्प्रदायिक पूर्ण लगन एवं अभिरुचि से कार्य करेगा। उसके मस्तित्क में २४ घण्टे यही भावना रहेगी कि किसी प्रकार व्यापार का विकास हो, क्योंकि व्यापार के उत्तरोत्तर विकास में ही उसका लाभ निहित है। साम्प्रदायिक जानता है कि यदि वह व्यापार में पूर्ण रुचि से कार्य नहीं करेगा तो हानि होने की दशा में उसकी लगाई हुई पूँजी के साथ-साथ उसकी व्यक्तिगत सम्पत्ति पर भी आक्षेप आ सकता है, क्योंकि साम्प्रदायिक में उत्तरदायित्व असीमित होता है।

(२) साम्प्रदायिक का उत्तरदायित्व व्यक्तिगत एवं सामूहिक दोनों ही होता है। एक साम्प्रदायिक केवल व्यापार के लिए एक दूसरे के प्रति उत्तरदायी नहीं रहते, वरन् समस्त साहूकारी तथा ग्राहकों के प्रति भी उत्तरदायी होते हैं।

(३) यदि बढ़ते हुए व्यापार के लिए अधिक पूँजी की आवश्यकता पड़ती है तो साम्प्रदायिक के प्रवेश द्वारा वह प्राप्त की जा सकती है और उस पर व्याज देना भी अनिवार्य नहीं होता।

(४) साम्प्रदायिक के प्रवेश से व्यापार का प्रतिरिक्त व्यय भी नहीं बढ़ना, वरन् मुल-मुल का एक साथी मिल जाता है।

(५) साम्प्रदायिक समय पर उचित परामर्श भी दे सकता है।

इनके विपरीत साम्प्रदायिक लेने की दशा में कुछ दोष भी हैं —

(१) एक कर्मचारी की भाँति एकाकी व्यापारी साम्प्रदायिक से अपनी आज्ञाओं का भ्रक्षरय पालन नहीं करा सकता।

(२) सामेदार हाग दिए हुए पदामर्श को उमे मान्यता देनी होगी। कर्मचारियों की राय की भाँति एकाकी व्यापारी उमे ठुकरा नहीं सकता।

मृतभेद की दशा में सामेदार की व्यापार से हटाना अमम्भव सा हो जाता है। जब सामेदार हटता है तो वैधानिक रूप में व्यापार का ही अन्त हो जाता है, किन्तु कर्मचारी जो किमी भी समय नोटिस देकर हटाया जा सकता है और व्यापार के अस्तित्व पर इसका कुछ भी प्रभाव नहीं पड़ता।

उपर्युक्त विवेचन में यह स्पष्ट है कि व्यापार के चलने की दशा में कर्मचारियों की नियुक्ति की अपेक्षा सामेदार को रखना ही अधिक श्रेष्ठ होगा। हाँ, यह प्रत्यक्ष है कि ऐसा करने में एकाकी व्यापार के स्वल्प सा अन्त हो जायगा और वह सामेदारी में परिणत हो जायेगा।

(II) व्यवसाय प्रारम्भ करने के बाद की समस्याएँ

व्यावसायिक सफलता के मूल तत्व

प्रथम प्रश्न यह है कि किसी व्यवसाय की सफलता किन बातों पर निर्भर करती है? कुशल संगठन होने पर भी प्रायः अनेक व्यवसाय नहीं चलते। प्रतिदिन ऐसे अनेक उदाहरण मिलते हैं कि कुछ व्यक्तियों के समूह ने अशुभ व्यवसाय प्रारम्भ किया, किन्तु कुछ समय बाद उनको अपना व्यवसाय बन्द कर देना पड़ा। ऐसा क्यों होता है? व्यवसाय प्रारम्भ करने वाले व्यक्तियों में ऐसी कौन-सी विशेषताओं का होना आवश्यक है, जिनके द्वारा उन्हें सफलता मिले एवं उनका व्यवसाय भी निरन्तर प्रगति करे? यह प्रश्न इतना सरल नहीं कि अपने-मुझे शब्दों में इसका उत्तर दिया जा सके। व्यवसाय में इस प्रकार के नियम बनाना प्रायः अमम्भव ही है जिनके द्वारा प्रत्येक मनुष्य व्यवसाय में सफलता प्राप्त कर ले, किन्तु कुछ ऐसे गुण अवश्य हैं जिनका व्यापार में सफलता के लिये प्रत्येक व्यक्ति में पाया जाना आवश्यक है। नीचे हम व्यावसायिक सफलता के कुछ मूल तत्वों की विवेचना करेंगे —

(१) व्यवसायी का व्यक्तित्व—व्यावसायिक सफलता बहुत कुछ स्वयं व्यवसाय का श्रीगणेश करने वाले व्यक्ति के व्यक्तित्व पर भी निर्भर करती है। एक आदर्श व्यवसायी वह है जिसका शारीरिक, मानसिक एवं नैतिक विकास उच्चकोटि का हो। पूर्ण स्वस्थ होने पर परिश्रम एवं लगन में कार्य कर सकता है। अस्वस्थ होने पर उसे अपने कर्मचारियों पर निर्भर रहना पड़ेगा। मानसिक कुशलता उसका दूसरा गुण है और ऊँचा नैतिक चरित्र तीसरा गुण। कुछ लोगों के विचार से मनुष्य के व्यक्तित्व पर उसके गृह के वातावरण का गहरा प्रभाव पड़ता है। प्रत्येक व्यक्ति को शारीरिक, मानसिक एवं नैतिक समान वंशानुक्रमणत् (Hereditary) होती है, यद्यपि जेमे उसके माता-पिता एवं अन्य पूर्वज होते हैं, प्रायः वेमा वह व्यक्ति भी होता है। यह कथन पूर्णतः नहीं सत्य है। कभी-कभी ऐसा भी देखने में आता है कि पिता तो व्यापार-वृत्त है, किन्तु विसासितामय जीवन होने के कारण

उमकी सन्तान प्रकुशल होती है। यह नहीं, कभी-कभी साधारण माता-पिता की सन्तान अत्यन्त व्यापार-कुशल निकलती हैं। फिर भी गृह के वातावरण एवं पूर्वजों के व्यक्तित्व का उनकी सन्तान पर काफी प्रभाव पड़ता है।

(२) कठिन परिश्रम—किसी भी व्यवसाय में सफलता पाने के लिए अधिक परिश्रम की आवश्यकता होती है। अधिक परिश्रम ही सफलता की आधारशिला है। यदि एक

व्यावसायिक सफलता के

मूल तत्त्व हैं १३

(१) व्यवसायी का व्यक्तित्व।

(२) कठिन परिश्रम।

(३) विवेक एवं कल्पना-शक्ति।

(४) उत्साह साहस एवं लगन।

(५) सिद्धान्त और सदाचार।

(६) ग्राहकों की सतुष्टि।

(७) रुचि एवं शिक्षा।

(८) व्यावसायिक कीर्ति।

(९) चरित्रबल।

(१०) कुशल आलोचक।

(११) चतुर तथा चौकड़ा।

(१२) एकता-प्रिय।

(१३) अनुशासन-प्रिय।

स्वयं को कर्मशील बनाना चाहिए।

मनुष्य अपना समस्त कार्य अत्यन्त माव-धानी तथा परिश्रम से करता है, तो एक न एक दिन सफलता स्वयं उसके कदम चूमेगी। किसी भी कार्य का बेंचल आडम्बर ही अच्छा नहीं होता, जो भी कार्य करना हो उसके निष्पादन में आत्मा निकाल कर रख देनी चाहिए। यदि व्यवस्थापक किसी कार्य के करने में कुछ उठा न रखेगा तो उसे सफलता अवश्य प्राप्त होगी। परिश्रमी व्यक्ति ही अपने अन्तर्गत कार्य करने वाले कर्मचारियों से परिश्रम में कार्य करा सकता है। यदि किसी व्यवसाय का स्वामी स्वयं आलसी हो तो उसके निष्पन्न में कार्य करने वाले कर्मचारी भी काम-चोर होंगे, अतएव अन्य लोगों में काम लेने के लिए पहले

(३) विवेक एवं कल्पना-शक्ति—किसी भी व्यवसायी में साधारण बुद्धि (Common Sense) तो होनी ही चाहिए। व्यवस्थापक को प्रत्येक कार्य खूब सोच-समझ कर करना चाहिए। विवेक से कार्य करने में हमारा अभिप्राय यह है कि जो भी कार्य करें, उसके कारण एवं परिणाम पर पहले बली प्रकार गम्भीरता से विचार कर लिया जाय और तत्पश्चात् ही उसे हृद निश्चय के साथ करना चाहिए। यह कार्य करने की वैज्ञानिक प्रणाली है और ऐसी युक्ति से असफलता न होगी। विवेकहीन होकर कार्य करने में सदैव हानि की आशंका रहती है। किसी ने कहा भी है कि 'बिना विचारे जो करे, सो पाछे पछताय।' प्रत्येक व्यक्ति को और मुख्यतः व्यापारियों एवं उद्योगपतियों को कल्पनाशील भी होना चाहिये। कल्पनाशक्ति के विकास के द्वारा ही मनुष्य महत्वाकांक्षी हो सकता है। जो व्यक्ति महत्वाकांक्षी नहीं है वह प्रगति भी नहीं कर सकता, अतएव विवेकशील होने के साथ-साथ कल्पनाशील एवं महत्वाकांक्षी होना चाहिए। श्री आर्थर हेल्स के शब्दों में 'कल्पना-शक्ति का कर्म से सम्बन्धित होना

आवश्यक है। एक कर्मवीर की ही महत्वाकांक्षायें सफल हो सकती हैं, कोरी कल्पना करने वाले व्यक्ति की नहीं।”

(४) उत्साह, साहस और सगन—एक सफल व्यवसायी में अदम्य उत्साह, अपार प्रयास और तीव्र अभिरूचि होनी चाहिये। व्यवसाय एक ऐसा परीक्षा स्थल है जिसमें अनिश्चित मानसिक अवस्था वाले, अशक्त एवं मन्द गति वाले व्यक्ति शीघ्र ही असफल हो जाते हैं। व्यापार में उतार-चढ़ाव तथा हानि-लाभ होते ही रहते हैं और जो व्यक्ति कठिनाइयों और हानि के विपरीत भी बाम कर सकता है वही सफल व्यापारी भी बन सकता है। असफलताओं के होते हुए भी ‘प्रयोग और प्रयास’ करते रहने की अधिक मादत डालनी चाहिये। कभी भी असफल न होना इतना गौरवशाली नहीं जितना कि गिर-गिर कर पुनः प्रगति के पथ पर बढ़ना, अतएव असफल होने की दशा में निराश नहीं होना चाहिए, वरन् असफलता को ही सफलता की कमीठी समझ कर सदा उन्नति के पथ पर अग्रसर होते चला जाना चाहिये। व्यवसाय का मार्ग पुण्यो की सेज नहीं है। इसमें पग-पग पर जोखिम हैं, अतः बिना साहस के सफलता पाना कठिन है।

(५) सिद्धान्त और सदाचार—व्यावसायिक सफलता का पाँचवाँ मूल तत्त्व है सिद्धान्त तथा सदाचार। एक सफल व्यवसायी को सिद्धान्तवादी होना चाहिए। प्रत्येक कार्य के सम्बन्ध में कुछ पूर्व निश्चित सिद्धान्त होने चाहिये और उन्हीं के आधार पर हृदय प्रतिज्ञा होकर कार्य करना चाहिये। व्यवसाय में ईमानदारी के बिना सफलता प्राप्त करना अशुभव है। जो व्यक्ति बेईमानी करते हैं, वे कुछ समय तक भले हों। फूँटें फूँटें, किन्तु न तो उन्हें आर्थिक शांति ही मिल सकती है और न वास्तविक सफलता ही। ईमानदारी में सत्ता की कीर्ति बढ़ती है तथा यह कीर्ति सत्ता की सफलता में बहुत सहायक सिद्ध होती है। कहते भी हैं कि “ईमानदारी ही सर्वश्रेष्ठ नीति है” (Honesty is the best policy)। ईमानदारी एक पराजय है, जिसमें धाकड़ित होकर अमर-रूपी ग्राहक व्यापारी के पास स्वयं चने भाते हैं। ईमानदार व्यवसायी की सब प्रशंसा करते हैं एवं ग्राह्यगण भी केवल स्वयं ही मात्र नहीं खरीदते, वरन् अपने इष्ट-मित्रों आदि में भी यही सिफारिश करते हैं कि अमुक व्यक्ति से ही व्यवहार करो। इन प्रकार पूर्णमा के चन्द्रमा की भाँति ईमानदार व्यवसायी का यश दिन दूना रात चौगुना बढ़ता है, विक्रय की प्रोत्साहन मिलता है एवं परिणामस्वरूप लाभ भी अधिक होता है। भूठ बोलकर कुछ व्यक्तियों को हमेशा बहकाया जा सकता है, कुछ को कुछ समय के लिए किन्तु सब को हमेशा के लिए बहकाया नहीं जा सकता। व्यापारी भूठ बोलकर जिम व्यक्ति को एक बार ग्राहक बनाता है उसको हमेशा के लिए खो बैठता है, इसलिए अपनी स्थायी प्रतिष्ठा के लिये उसको सत्यनिष्ठ होना चाहिए।

(६) ग्राहकों की सन्तुष्टि—व्यवसाय में प्रवेश करने वाले दृष्ट्युक्त नवयुवक को यह न भूलना चाहिये कि “समस्त व्यवसाय का केन्द्र ग्राहक ही है।” व्यापारिक भवन ग्राहक के लिये होता है, ग्राहक व्यापारिक भवन के लिये नहीं। व्यापार का तो मुख्य

उद्देश्य ही ग्राहकों को आकर्षित करना तथा उनको सन्तुष्ट करना होता है। यदि व्यापारी ग्राहक को भली भाँति समझकर उससे उसी प्रकार का व्यवहार करे तो ग्राहक पर उसकी विजय निश्चिन्त है। यदि कोई ग्राहक असन्तुष्ट भी हो जाय तो उसकी शिकायतों को दूर करने के लिए भरसक प्रयत्न करना चाहिए। इसके लिये यह आवश्यक है कि उसे मनोविज्ञान का भी थोड़ा ज्ञान हो। जो व्यापारी ग्राहकों का घनादर करता है तथा उन्हें सन्तुष्ट करना नहीं जानता वह कभी सफलता प्राप्त नहीं कर सकता। उपभोक्ताओं तथा ग्राहकों की सेवा करना प्रत्येक व्यवसायी का सर्वोपरि कर्तव्य होना चाहिये। लाभ की अपेक्षा 'सेवा' को प्राथमिकता देनी चाहिए। यदि ग्राहक को व्यवसायी द्वारा सेवा मिलेगी तो वह सदैव प्रसन्न रहेगा और उस व्यवसायी के ग्राहकों की संख्या दिन-प्रति दिन बढ़ती जायगी। यदि किसी व्यापारी की वस्तु अधिक उपयोगी नहीं है एवं ग्राहक भी असन्तुष्ट है तो वह व्यापारी कभी सफलता प्राप्त नहीं कर सकता।

(७) रुचि एवं शिक्षा—व्यवसाय की पूर्ण सफलता तभी सम्भव हो सकती है जब हम रुचिपूर्वक परिश्रम में कार्य करें। यदि हमारी उस व्यवसाय में रुचि नहीं है, आकर्षण नहीं है और हम बेमन से कार्य करते हैं तो व्यवसाय की सफलता नितान्त असम्भव हो जाती है। आजकल किसी भी व्यापारिक अथवा औद्योगिक संस्था का प्रबन्ध एवं उसकी सम्पूर्ण व्यवस्था करना कोई माधारण बात नहीं है। बकालन अथवा डाक्टरों पेशों की भाँति प्रबन्ध एवं व्यवस्था भी एक पेशा है, जिसकी सुचारु रूप में करने के लिये पूर्व-शिक्षण की आवश्यकता होती है। दुःख है कि एशियाई देशों में अभी इस ओर विशेष ध्यान नहीं दिया जा रहा है। अमरीका में ऐसी अनेक संस्थाएँ हैं, जहाँ वैधान प्रबन्ध एवं व्यवस्था सम्बन्धी कला की ही शिक्षा दी जाती है (जैसे—स्कूल ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन, हारवर्ड यूनिवर्सिटी, आदि)। गत कुछ समय में भारत में भी 'इंस्टीट्यूट ऑफ बिजनेस मैनेजमेन्ट' की स्थापना कर दी गई है।

(८) व्यावसायिक कीर्ति—व्यवसाय की समस्त सम्पन्नियों में संस्था की कीर्ति सबसे महत्वपूर्ण है। यह संस्था के लान के लिये सदैव चौबीस घण्टे कार्य करती रहती है। संस्था का मुख्य उद्देश्य अपनी वस्तुओं को अच्छे भाव पर बेचना होता है। इन कार्य में तभी सफलता मिल सकती है जब उनके ग्राहकों की संस्था में पूर्ण विश्वास हो। वर्तमान व्यापार प्रायः उधार पर ही निर्भर है, अतएव अक्सर धन उधार लेने की आवश्यकता को पूर्ण करने में संस्था की कीर्ति (Good will) अत्यन्त सहायक होती है। व्यापारियों में पारस्परिक विश्वास एवं सत्य की भावना से ही संस्था की कीर्ति बढ़ती है। उदाहरण के लिये, यदि एक बैंक आपके व्यक्तिगत चरित्र पर विश्वास करती है, तो वह कम प्रतिभूति (Security) पर भी अधिक रुपया दे सकती है, किन्तु इसके प्रतिबन्ध यदि आपकी ईमानदारी पर लेना मात्र भी सन्देह है तो अपेक्षाकृत अधिक प्रतिभूति देने पर भी कम रुपया ही दिया जाता है, अतएव इन सुविधाओं को पाने के

लिए साख की आवश्यकता होती है। साख अपने जीवन की सच्चाई पर अर्पण कर देने से ही मिल सकती है। एक बार भी सत्यता से च्युत होने पर सदैव के लिये साख कलंकित हो जाती है।

(६) चरित्र बल—प्रतिभायें निखर उठती हैं, यदि उनकी नैतिक चरित्र बल मिन जाता है। नैतिक बल में युक्त होने के लिये व्यवसायी को धर्मभीष्ट तथा ईश्वरोन्मुख होना चाहिये, लेकिन उसे केवल घण्टा बजाने वाला नहीं होना चाहिये। प्रत्येक कार्य का आत्म-निरीक्षण करना चाहिये। प्रोफेसर होकिंग के शब्दों में—“चरित्रवाद् व्यक्ति अपनी आत्मा के द्वारा, अपनी वाणी के द्वारा तथा अपने व्यवहार के द्वारा अन्य व्यक्तियों पर अपने व्यक्तित्व का प्रभाव डाल सकता है एवं उन्हें अपनी ओर आकर्षित कर सकता है।”

(१०) कुशल आलोचक—व्यावसायिक सफलता के लिये यह भी आवश्यक है। कि वह सफल आलोचक हो। अपनी योजनाओं की अशुद्धियों और बुराइयों को उसे अच्छी तरह अध्ययन करना चाहिए और तत्पश्चात् ही उन्हें कार्यान्वित करना चाहिए। आलोचना इस प्रकार की होनी चाहिये, जिससे ठीम परिणाम निकलें। यदि आलोचना केवल आलोचना के लिये ही है तो वह निरर्थक होगी।

(११) क्षतुर तथा चौकन्ना—एक कुशल व्यापारी के लिये दृढमण्डूकता हानिकारक होती है, अतः जो व्यक्ति व्यापार में सफलता पाना चाहता है उसको अपने तक ही सीमित न रह कर विश्व की परिवर्तनशील गति-विधियों की भी जानकारी होनी चाहिये। बाहरी जगत से मुंह नहीं मोड़ लेना चाहिये। कुशल व्यापारी वही है जो विश्व के साथ भी कदम-ब-कदम मिलाकर चलता है।

(१२) एकता प्रिय—एक कुशल व्यवसायी में समझौता करने, प्रार्थन करने, अक्षर के अनुकूल बदलने तथा दूसरों की आलोचना एवं सलाह सुनने तथा अध्ययन करने की शक्ति होनी चाहिये। उसमें अतमेष्टी को दूर करने की क्षमता भी होनी चाहिए। यदि वह सच्चा सहयोगी है, तो सफल व्यापारी भी होगा।

(१३) अनुशासन-प्रिय—‘अनुशासन’ व्यावसायिक संगठन का प्राण है, अतः अपने कर्मचारियों से अनुशासन में रहने की आशा करने वाले व्यापारी को स्वयं अनुशासन का पालन करना चाहिये। यदि वह स्वयं अनुशासन में है, तो उसके नेतृत्व में किया जाने वाला प्रत्येक कार्य अनुशासनयुक्त होगा, यह निश्चिन है।

व्यवसाय में टेक्नीकल ट्रेनिंग की आवश्यकता

प्रारम्भ में व्यवसाय की समस्याएँ अधिक जटिल न थी, अतः तांत्रिक प्रशिक्षण की भी विशेष आवश्यकता न थी। वन-परम्परा के अनुसार पुत्र अपने पिता का ही व्यवसाय करता था। भले ही उसको व्यावसायिक क्रियाओं की विशिष्ट जानकारी न हो, किन्तु उस समय व्यवसाय विशेष के वातावरण में पलने के कारण किसी प्रकार उसकी ग्राही खिन जाती थी। उस समय प्रतिद्वन्द्विता के अभाव एवं

व्यापार में एकाधिकार होने से यदि व्यापार अनुकूल हाथों में भी चला जाता था, तो भी उसका लाभ प्रायः सुरक्षित हो रहता था।

किन्तु वर्तमान युग में उत्पन्न हुई व्यापारिक प्रतिद्वन्द्विता नये-नये वैधानिक प्राविधिकार एवं अनुसन्धान, बीमा, बैंकिंग एवं अर्थ-प्रबन्धन के क्षेत्र में नवीन विकास, अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की व्यापकता आदि ने प्राचीन व्यवस्था को समाप्त कर दिया है। आजकल जाति के आधार पर व्यवसाय नहीं किए जाते। अब कोई भी व्यक्ति किसी भी प्रकार का व्यवसाय करने में सकोच का अनुभव नहीं करता। इस नवीन प्रवृत्ति ने व्यवसाय के क्षेत्र को अधिक व्यापक कर दिया है और साथ-साथ नई समस्याएँ भी पैदा हो गई हैं। जो व्यक्ति परम्परागत व्यापार करते हैं उनकी तो अधिक कठिनाई होती है, क्योंकि प्रारम्भ से ही अमुक बातावरण में चलने के कारण उनका उनके सहकारियों पर बड़ा गहरा प्रभाव पड़ता है, किन्तु जब कोई व्यक्ति परम्परा से विपरीत कोई नया व्यवसाय अपने हाथ में लेता है तो उसके सम्मुख विभिन्न प्रकार की समस्याएँ आती हैं। एक नये व्यापार को सुचारु रूप से चलाने के लिये उसका विशिष्ट ज्ञान होना अनिवार्य है। उदाहरण के लिये, यदि कोई व्यक्ति वस्त्र-मिल व्यवसाय में प्रवेश करना चाहता है, तो उसे इस व्यवसाय के विषय में निम्न विशेष बातों का ज्ञान होना चाहिए :—

- (१) वस्त्र-मिल के स्थानीयकरण को प्रभावित करने वाले कारण।
- (२) कच्चा मान कहाँ से प्राप्त होगा ?
- (३) मिल के लिए कौन सी मशीनें उत्तम होंगी और कहाँ से प्राप्त की जायेंगी ?
- (४) श्रमिकों में कार्य-विभाजन किन प्रकार होना चाहिए।
- (५) नवीनतम डिजाइनों एवं उत्पादन विधियों का साधारण ज्ञान।

प्रायः कहा जाता है कि पुस्तकीय ज्ञान बेकार है, क्योंकि हमारे विद्यार्थी जब डिग्री लेकर विश्वविद्यालयों में निकल कर जीवन क्षेत्र में प्रवेश करते हैं, तो उनमें कुछ करते नहीं धनता। कहा जाता है कि पत्र-व्यवहार तक ठीक से नहीं कर सकते, भन. ऐसी शिष्टा से क्या लाभ ? वास्तव में पुस्तकीय ज्ञान मनुष्य को 'पूरा' नहीं बनाता। जिस प्रकार बैची में दो फलों का होना आवश्यक है अथवा मनुष्य को चलने के लिए दो पैरों की आवश्यकता है, उसी प्रकार व्यापार में सफलता पाने के लिये नवागन्तुक को पुस्तकीय एवं व्यावहारिक ज्ञान दोनों ही होना चाहिए। एक के बिना दूसरा अर्थात्त है। यदि नवागन्तुक बिना सैद्धान्तिक ज्ञान के शिष्टात्मक जगत में उतर पड़ता है तो उसे पद-पद पर कठिनाई उत्पन्न होगी और वह असहाय बन कर दूसरों पर निर्भर रहेगा। यदाकदा ठोकरें खाकर, नुकसान सहकर वह सही मार्ग पकड़ सकेगा। इसके विपरीत यदि नवागन्तुक केवल पुस्तकीय ज्ञान के सहारे व्यापार प्रारम्भ करना चाहे तो भी उसे कठिनाइयों का सामना करना पड़ेगा। वास्तव में वह

उचित अवसर पर अपने ज्ञान का प्रयोग नहीं कर सकेगा, अतः इन दोनों के समन्वय की नितान्त आवश्यकता है। यदि हमारे विद्यार्थियों को बड़ी-बड़ी फर्मों के साथ 'कार्य' का व्यावहारिक ज्ञान प्राप्त करने का अवसर मिले तो जीवन क्षेत्र में प्रवेश करते समय, जबकि उनके ऊपर ही सारा दायित्व होगा, उनकी बुद्धि अधिक निखरी हुई होगी।

Standard Questions

- (1) You are asked to start a new business. What points would you take into consideration in its establishment? Give reasons.
 - (2) What are the essential requisites for the success of a business?
 - (3) 'Honesty is the best policy in business'—Discuss.
 - (4) It has been said that theoretical training is unnecessary and not sufficient for success in a practical business career. Give your considered opinion on the point.
-

देशी व्यापार का संगठन (Organisation of Home Trade)

प्रारम्भिक

'देशी व्यापार के संगठन' से हमारा आशय अन्तर्देशीय व्यापार की उस व्यवस्था से है, जिसके अन्तर्गत माल या वस्तुएँ निर्माताओं या उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक पहुँचाई जाती हैं। प्राचीन काल में सीमित मानवीय आवश्यकताएँ होने के कारण केवल किचित् वस्तुओं में ही व्यापार होता था और उसका स्वरूप भी अत्यन्त सङ्कुचित था। उन दिनों उत्पादक गण सीधे उपभोक्ताओं को अपना माल बेचते थे। किंतु जैसे-जैसे ज्ञान-विज्ञान में प्रगति के साथ-साथ मुद्रा का प्रादुर्भाव हुआ, भ्रम-विभाजन व विशिष्टीकरण में वृद्धि हुई, मातायात एवं सदेशवाहन के साधनों का विस्तार हुआ। प्राथमिक संगठन में सुधार हुआ तथा अन्य व्यावसायिक सुविधाओं की प्राप्ति हुई, वैसे-वैसे ही व्यापार का क्षेत्र भी बढ़ता गया और अन्त में व्यापार अन्तर्राष्ट्रीय हो गया। इस प्रकार व्यापार का आकार और क्षेत्र बढ़ जाने से उत्पादक और उपभोक्ताओं का सीधा क्रय-विक्रय सम्भव न रहा और ऐसे मध्यस्थों की आवश्यकता हुई जो दूर स्थित उत्पादक से माल खरीदकर उपभोक्ता तक पहुँचा सकें। परिणाम यह हुआ कि माल अन्य मध्यस्थों द्वारा उपभोक्ता तक पहुँचने लगा। ये मध्यस्थ विभिन्न प्रकार के नामों से सम्बोधित किए जाते हैं।

देशी व्यापार के अन्तर्गत दो प्रकार के मध्यस्थों का बड़ा बोलबाला है —

(I) थोक व्यापारी और (II) कुटकर व्यापारी ।

(I) थोक-व्यापारी (Wholesale Trader)

थोक व्यापारी कौन है ?

'थोक व्यापारी' (Wholesaler) से आशय ऐसे व्यापारी का है, जो पहले उत्पादकों से अधिक मात्रा में वस्तुएँ खरीद लेता है और फिर उन्हें कुटकर विक्रेताओं को छोड़ी-छोड़ी मात्रा में बेच करता है। वास्तव में थोक-व्यापारी न तो निर्माता

ही है और न फुटकर विक्रेता ही, बल्कि वह दोनों के मध्य की कड़ी है। अन्य शब्दों में इस प्रकार भी कह सकते हैं कि वह उपभोक्ता एवं निर्माता के मध्य सम्बन्ध स्थापित करने के लिये मध्यस्थ के रूप में कार्य करता है। एक थोक-व्यापारी मुख्यतः किसी विशेष वस्तु का व्यापार करता है। इनके विपरीत एक फुटकर व्यापारी अपनी दूकान में नाना प्रकार की वस्तुएँ रखता है। उपर्युक्त परिभाषा में एक थोक व्यापारी के निम्न लक्षण स्पष्ट हैं —

थोक व्यापारी के लक्षण

- (१) थोक व्यापारी बड़ी मात्रा में वस्तुएँ खरीदता या बचता है।
- (२) वह कुछ विशेष वस्तुओं में ही व्यापार करता है।
- (३) वह छोटे-छोटे दुकानदारों को, जिन्हें फुटकर व्यापारी कहते हैं, माल बेचता है।

थोक व्यापारी की सेवाएँ

थोक व्यापारी उत्पादकों तथा फुटकर विक्रेताओं के बीच एक अनिवार्य श्रृंखला है। यह उत्पादकों, फुटकर व्यापारियों एवं समाज के प्रति निम्न सेवाएँ प्रदान करते हैं —

(I) उत्पादकों के प्रति सेवाएँ

(१) कच्चे माल के संग्रह का आवश्यकता नहीं—उत्पादकों का कच्चा माल संग्रह नहीं करना पड़ता, क्योंकि यह कार्य थोक-व्यापारी करते हैं, अतः उत्पादकों को कच्चे माल के संग्रह में अपनी पूँजी फँसानी नहीं पड़ती और उतनी पूँजी अधिक उत्पादन में लगाई जा सकती है अथवा उतनी कम पूँजी से ही निर्माताओं का काम चल सकता है।

(२) आर्थिक सहायता एवं जोखिम—बहुधा थोक व्यापारी निर्माताओं की आर्थिक सहायता भी करता है। सामान की खरीद कर संग्रह करने में थोक व्यापारी विपणन की जोखिम भी उठाते हैं। मूल्य घटने-बढ़ने, फैशन बदलने, सामान खराब होने आदि का जोखिम इन्हीं पर होता है। निर्माताओं को यह जोखिम नहीं उठानी पड़ती।

(३) विज्ञापन एवं आदेशों का संग्रह—थोक-व्यापारी व्यापार को बढ़ाने के लिए वस्तु का पूँव विज्ञापन करते हैं। इस हेतु वे विक्रेताओं की एक श्रेणी रखते हैं, जो चारों ओर घूम-घूम कर आदेश इकट्ठा करते हैं। इस प्रकार उत्पादकों का विज्ञापन स्वतः हो जाता है। इनके अतिरिक्त थोक-व्यापारी उन आदेशों को एकत्रित करके निर्माताओं के पास भेज देते हैं। बहुत बड़ी मात्रा में आदेश पाने पर वे लोग बड़े पैमाने पर वस्तुएँ बना कर व्यय में मितव्ययिता करा सकते हैं।

(४) उत्पादन के विशेषीकरण में सहायता—थोक-व्यापारी अपने फुटकर विक्रेताओं में बड़े परिमाण में विभिन्न वस्तुओं के आदेश प्राप्त करता है, जिनका समुचित वर्गीकरण करके वह उन आदेशों को विभिन्न निर्माताओं के पास—जो जिस

कार्य में अधिक कार्यक्षम है—भेजना है, जिससे प्रत्येक निर्माता किसी न किसी विशेष

थोक व्यापारी की सेवाये

(I) उत्पादकों के प्रति :

- (१) कच्चे माल के संग्रह की आवश्यकता नहीं ।
- (२) प्रापिक सहायता एवं जोखिम ।
- (३) विज्ञापन एवं आदेशों का संग्रह ।
- (४) उत्पादन के विशेषीकरण में सहायता ।
- (५) मांग सम्बन्धी सूचनाएँ देना ।
- (६) विक्रय संगठन की बचत ।
- (७) फुटकर व्यापारी से सम्पर्क स्थापित करना ।

(II) फुटकर व्यापारियों के प्रति

- (१) आवश्यकतानुसार एवं साल पर माल सप्लाई करना ।
- (२) सब प्रकार का माल एक स्थान पर मिलना ।
- (३) निर्मित वस्तुओं के विषय में सूचना प्रदान करना ।
- (४) माल की छोटने व बँक करने की सुविधायें देना ।
- (५) विज्ञापन व्यय बचाना ।
- (६) मूल्यों में स्थायित्व रखना ।

(III) समाज के प्रति :

- (१) उपभोक्ताओं की शक्ति के अनुसार पूर्ति ।
- (२) मूल्यों में बचो साना ।
- (३) मांग व पूर्ति के समायोजन द्वारा भौद्योगीकरण में सहायना ।

प्रकार की वस्तुओं के उत्पादन में विशेषीकरण (Specialisation) करता है तथा उसी वस्तु का उत्पादन करने की प्रवृत्त होता है, जिसमें वह अधिक कार्यक्षम है ।

(५) मांग सम्बन्धी सूचनाएँ देना—

सदैव उपभोक्ताओं के प्रतिनिधि फुटकर व्यापारियों के सम्पर्क में रहने के कारण थोक-व्यापारी उपभोक्ताओं की परिवर्तित मांगों से परिचित रहता है और उत्पादकों को उपभोक्ताओं की मांग के विषय में समय-समय पर सूचना पहुँचाता रहता है । यही नहीं, कौनसी विशेषताओं का माल किन विपणियों में बिकेगा, इसका परिचय भी वह निर्माताओं को देता है, जिससे वे विशिष्ट प्रकार का माल निर्माण करने में सफल होते हैं । विपणियों का विस्तार अधिक होने के कारण यह कार्य उत्पादकों के लिए प्रसम्भव है ।

(६) विक्रय संगठन की बचत—

समस्त माल के निर्माण के बाद थोक-व्यापारी उसको खरीद लेते हैं, प्रत्येक उत्पादकों को अपना विक्रय-संगठन नहीं रखना पड़ता, जिससे विज्ञापन आदि में उन्हें अधिक व्यय नहीं करना पड़ता और न उन्हें विक्रय कला की प्रवीणता ही आवश्यक होती है । उत्पादकों को साल आदि के लिये प्रतिरिक्त पूँजी की आवश्यकता नहीं रहती, क्योंकि विशेषतः थोक-व्यापारी रोकड़-व्यय (Cash Purchase) ही करते हैं ।

(७) फुटकर व्यापारी से सम्पर्क स्थापित करना—थोक-व्यापारी, उत्पादक तथा फुटकर व्यापारी के बीच मध्यस्थ करता है ।

का कार्य करके परस्पर सम्पर्क स्थापित

(II) फुटकर व्यापारी के प्रति सेवायें

(१) आवश्यकतानुसार एव साथ पर माल सप्लाई करना—फुटकर व्यापारियों के पास प्रायः धन का अभाव रहता है, अतः सीमित पूँजी होने के कारण वे बड़ी मात्रा में माल का संग्रह नहीं कर सकते। वे तो आवश्यकतानुसार समय-समय पर माल खरीदते रहते हैं और जो माल बिक जाता है, उसकी जगह पुनः माल खरीदते हैं। ऐसी परिस्थिति में थोक व्यापारी इनकी बड़ी सहायता करते हैं। थोक-व्यापारियों के पास माल का गयह रहता है, जिसे वे आवश्यकतानुसार फुटकर व्यापारियों को देने रहते हैं। यहाँ नहीं माल सुविधायी भी वे अपने स्थायी ग्राहकों को देने रहते हैं, जिससे फुटकर व्यापारियों को अतिरिक्त पूँजी की आवश्यकता नहीं रहती।

(२) सब प्रकार का माल रखना—यदि फुटकर व्यापारी प्रत्यक्ष रूप से उत्पादकों से ही माल खरीदें तो उन्हें विभिन्न आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए विभिन्न उत्पादकों के पास जाना पड़ेगा। उत्पादकों की वस्तुओं का तुलनात्मक अध्ययन करने के बाद वे यह निश्चय कर सकेंगे कि समुक्त वस्तु कहां से खरीदनी चाहिए, परन्तु थोक विक्रेता के पास विभिन्न निर्माताओं की वस्तुओं का संग्रह होता है, जहाँ वह अपने ग्राहकों की रचि की वस्तुएँ सुविधापूर्वक खरीद सकता है।

(३) निर्मित वस्तुओं के विषय में सूचना प्रदान करना—थोक व्यापारियों को विभिन्न उत्पादकों का अनुभव होता है एव निर्मित वस्तुओं के विषय में पूर्ण सूचना रहती है। इस अनुभव का उपयोग फुटकर विक्रेताओं को अनायास ही मिलता रहता है।

(४) छांटने व पैक करने की सुविधा—विक्रय के योग्य अनेक वस्तुओं का बिकर योग्य बनाने में थोक व्यापारी फुटकर व्यापारी की बड़ी सहायता करते हैं। प्रायः माल को छांटने, एकत्रित करने व डिब्बों में भरने अथवा बाँधने आदि का कार्य थोक व्यापारी को स्वयं करना पड़ता है, अतएव फुटकर व्यापारी इन आपत्तियों से बच जाता है। उसके लिए केवल माल बेचने का कार्य ही देख रह जाता है।

(५) विज्ञापन व्यय की बचत—यही नहीं, थोक-व्यापारियों द्वारा किये हुए विज्ञापन से भी फुटकर व्यापारियों को लाभ होता है और उनको विज्ञापन व्यय अधिक नहीं करना पड़ता।

(६) मूल्यों में स्थायित्व रखना—थोक-व्यापारी अपने निर्माण क्षेत्र में माँग एवं पूर्ति का समायोजन कर मूल्यों में स्थायित्व रखता है, जिससे फुटकर व्यापारियों को मूल्यों के उच्चावचन (Rise and Fall) में होने वाली सम्भाव्य हानियों से रक्षा होती है।

(III) समाज के प्रति सेवायें

उसके अतिरिक्त थोक-व्यापारियों से सामान्य जनता को भी लाभ पहुँचता है—

(१) उपभोक्ताओं की रचि के अनुसार पूर्ति—बहुधा थोक विक्रेताओं के

प्रभाव में फुटकर व्यापारियों को वस्तुओं की पूर्ति उपभोक्ताओं की दृष्टि के अनुसार करना कठिन हो जाता है।

(२) मूल्यों में कमी लाना—चोक व्यापारी वस्तुओं के विपणन में सहयोग देता है तथा विशिष्टीकरण की ओर उत्पादक को प्रवृत्त करता है, जिससे बड़ी मात्रा में उत्पादन सम्भव होकर मूल्य भी कम होते हैं। परिणामस्वरूप जनता को यथासमय एवं यथास्थान आवश्यकता की वस्तुएँ कम मूल्य पर मिल जाती हैं।

(३) औद्योगीकरण में सहायता—अन्त में, वह माँग एवं पूर्ति के समायोजन द्वारा मूल्यों को स्थायित्व प्रदान करता है, जिसमें एक निश्चित वेग से औद्योगीकरण होता है एवं समाज भी लाभान्वित होता है।

क्या चोक विक्रेता आवश्यक है ?

(प्र) चोक विक्रेता आवश्यक नहीं है

वर्तमान युग में कुछ व्यक्तियों की सम्मति यह है कि चोक-व्यापारी विपणन की शृंखला में एक अनावश्यक कड़ी है। इस विचारधारा की बल देने वाले अनेक कारण हैं—

(१) कमीशन के कारण मूल्य में वृद्धि—इन समस्याओं के कारण प्रायः वस्तुओं के मूल्य में अत्यन्त वृद्धि होती जा रही है। आजकल हम सर्वत्र देखते हैं कि जिस मूल्य पर उत्पादक के यहाँ से वस्तुएँ चलती हैं और जिस मूल्य पर वे उपभोक्ताओं को मिलती हैं, उसमें काफी अन्तर होता है। विभिन्न चोक-व्यापारियों के हाथ से वस्तु निकलने के कारण उनके कमीशन के कारण वस्तु का मूल्य बढ़ जाता है, जिसका भार अन्त में विचारे उपभोक्ताओं को ही उठाना पड़ता है। यही कारण है कि चोक व्यापारियों को उत्पादक, फुटकर व्यापारी तथा ग्राहक सभी सशय की दृष्टि से देखते हैं।

(२) फुटकर व्यापारी व उत्पादकों का विद्रोह—चोक व्यापारियों की अवहेलना का प्रधान कारण फुटकर व्यापारी व उत्पादक का विद्रोह है। फुटकर व्यापारी तो यह सोचता है कि उत्पादक तथा उपभोक्ता के बीच मूल्य का जो अन्तर है उसका बहुत थोड़ा भाग उसे मिलता है और अधिकांश भाग प्रायः चोक विक्रेताओं की जेब में जाता है। यही कारण है कि फुटकर व्यापारी स्वयं अधिक लाभ कमाने की आकांक्षा में उत्पादक से सीधा सम्बन्ध स्थापित करना चाहता है। इसके अतिरिक्त यातायात एवं सन्देशवाहन की सुविधाओं के कारण निर्माताओं का सम्बन्ध सीधे उपभोक्ता से स्थापित होता जा रहा है।

(३) निर्माताओं से सीधे सम्बन्ध में वृद्धि—बहु विक्रय-शालाओं तथा वैभाषिक भण्डारों की वृद्धि के कारण निर्माताओं से सीधा सम्बन्ध स्थापित हो गया है।

(४) निर्माताओं में अपने विक्रय संगठन—निर्मातागण स्वयं भी अपनी वस्तुओं को बेचने के लिए दुकान खोलने लगे हैं। उदाहरणार्थ, जे० सी० मिस्स की ग्वालिपर, लखनऊ में फुटकर दुकानें, दिल्ली बर्नॉय मिस्स की कानपुर, दिल्ली, लखनऊ, इन्दौर आदि नगरी अथवा एनगिन मिस्स की फुटकर दुकानें।

थोक विक्रेता की आवश्यकता है या नहीं ?

(अ) आवश्यकता नहीं है क्योंकि -

- (१) उसके कमीशन के कारण वस्तुओं के मूल्य में वृद्धि हो जाती है ।
- (२) कुटकर व्यापारी एवं उत्पादक दोनों को उसके कारण कम लाभ होता है ।
- (३) उपभोक्ताओं का निर्माताओं से प्रत्यक्ष सम्बन्ध बढ़ता जा रहा है ।
- (४) निर्माता अब अपने निजी विक्रय संगठन कायम करते जा रहे हैं ।
- (५) सहकारिता आन्दोलन एवं डाक व्यापार की वृद्धि हो रही है ।
- (६) प्रमापीकरण एवं थोड़ीयन की सुविधाओं से उपभोक्ता वस्तु को देखे बिना आवेष्ट भेज सकते हैं ।

(ब) आवश्यकता है क्योंकि :

- (१) उपभोक्ता बिना वस्तु देखे मोल लेने में हिचकिचाता है ।
- (२) उपभोक्ताओं की मानसिक प्रवृत्तियों के अध्ययन की आवश्यकता है ।
- (३) भविष्य के लिये माँग का अनुमान लगाना जरूरी है ।
- (४) उत्पादकों को माल सप्लाय करने व साख देने में मित-प्ययिता होती है ।
- (५) उत्पादकों में विरोधीकरण की प्रवृत्ति बढ़ती है ।
- (६) कुटकर व्यापारियों की प्रवृत्ति में रूढ़िवादी हो जाती है ।

(५) सहकारिता आन्दोलन का विकास—सहकारिता आन्दोलन थोक विक्रेताओं से पूर्ण स्वतन्त्र होकर कार्य कर रहा है । इसी प्रकार डाक द्वारा व्यापार भी आजकल बड़ी मात्रा में हो रहा है ।

(६) प्रमापीकरण एवं थोड़ीयन—फिर वस्तुओं के प्रमापीकरण एवं थोड़ीयन के कारण उपभोक्ताओं को वस्तुओं की प्रत्यक्ष रूप से देखने की आवश्यकता नहीं रही है । केवल विज्ञापन द्वारा ही वस्तु की पूर्ण कल्पना की जा सकती है ।

(ब) थोक व्यापारी आवश्यक है

इन सभी कारणों में थोक विक्रेताओं को हटाने की प्रवृत्ति जागृत हो रही है, परन्तु विरोध में आन्दोलन होने पर भी थोक व्यापारी जीवित हैं । जीवित इसलिए हैं कि इनको किसी प्रकार भी मष्ट करना असम्भव है, क्योंकि इनके कार्यों का विस्तार एक कुटकर व्यापारी या निर्माता से कहीं अधिक है ।

(१) सरोदार की हिचकिचाहट—वास्तव में आज कोई भी देश इस स्थिति तक नहीं पहुँच सका है कि थोक व्यापारियों के अभाव में वह निमित्त वस्तुओं की प्रत्यक्ष उपभोक्ताओं के परतक सुगमता से पहुँचा सके । प्रमापीकरण का इतना मोल-बाला होते हुए भी उपभोक्ता बिना वस्तु को देखे हुए उसे सरोदने में हिचकिचाता है ।

(२) मानसिक प्रवृत्ति में भिन्नता—जैसा हम ऊपर संकेत कर चुके हैं कि वस्तुओं के अध्ययन के अध्ययन में उपभोक्ताओं की एक विशेष मानसिक प्रवृत्ति होती है, जो मिश्र-मिश्र विषयों में मिश्र-मिश्र होती है । इसका अध्ययन प्रत्येक निर्माण कर्ता के लिए करना असम्भव नहीं ।

(३) भविष्य के लिये माँग अनुमान—निर्माता भविष्य के लिए उत्पादन करता है, जिसका निश्चित अनुमान उसे थोक व्यापारियों द्वारा हो होता है, क्योंकि इनका विक्रय संगठन अत्यन्त निपुण एवं विस्तृत होता है।

(४) विशेषीकरण को बढ़ावा—विभिन्न विपणितों के सम्पर्क में होने से विशिष्टीकरण करने के लिए उत्पादकों को प्रवृत्त करता है तथा इन्हें विभिन्न बाजारों की सूचनाओं तथा भावों माँग की परिस्थिति से परिचित कराना है। उत्पादकों के लिए यह कार्य सम्भव नहीं।

(५) उत्पादकों की मितव्ययिता—थोक व्यापारियों के अभाव में उत्पादकों को स्वयं माल का संग्रह करना पड़ेगा तथा फुटकर व्यापारियों को साख सुविधायें भी देनी पड़ेंगी, जिसके लिए उसे अधिक पूँजी की आवश्यकता रहेगी। यह अतः अधिक उपयोगी कार्यों में लगाया जा सकता है।

(६) फुटकर व्यापारियों की पूँजी में बचत—फुटकर व्यापारों भी अपनी सीमित पूँजी के कारण माल का संग्रह न कर सकेंगे। बिना साख सुविधा के वे अपना व्यापार भी सुचारु रूप से संचालित नहीं कर सकते।

निष्कर्ष

अतः चाहे थोक विक्रेताओं के सम्मूलन से लाभ ही क्यों न बिलाई देता हो, किन्तु इनको जब से उत्पादना किसी भी दृष्टि से बाधनीय नहीं कहा जा सकता, क्योंकि बिनाशशील वस्तुओं के निमित्त निर्माता तथा फुटकर विक्रेता दोनों के लिए थोक व्यापारों का होना आवश्यक है। हाँ, इनकी अधिकता को अवश्य कम किया जा सकता है, जिसके लिए निर्माताओं तथा फुटकर व्यापारियों दोनों को संगठित प्रयत्न करना चाहिए।

थोक व्यापार का संगठन

थोक व्यापार का संगठन उसकी प्राकृति, उसके व्यापार एवं कारोबार पर निर्भर करता है। इस सम्बन्ध में निम्न बातें ध्यान देने योग्य हैं।—

(I) व्यापार करने का स्थान

थोक व्यापारियों के लिये व्यापार करने का स्थान अधिक महत्व नहीं रखता, क्योंकि उसे उपभोक्ताओं से प्रत्यक्ष सम्बन्ध नहीं रखना पड़ता। उसका सम्बन्ध तो केवल फुटकर व्यापारियों से होता है अथवा उत्पादकों से। अतः व्यापार के स्थान का चुनाव करते समय उसे इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि वह स्थान ऐसा हो जहाँ फुटकर व्यापारों सुगमता से पहुँच सकें एवं वह (थोक व्यापारों) उत्पादकों से सुगमता से माल का संग्रह कर सकें। इस दृष्टि से थोक व्यापार के लिए शहर के व्यापारिक केन्द्र में स्थान होना चाहिए। उसे अपनी विविध-वस्तुओं का एक छोटा सा प्रदर्शन-कक्ष (Show Room) रखना चाहिये, जिसमें उन वस्तुओं का प्रदर्शन होना चाहिये, जिनमें वह व्यापार करता है।

सम्बन्ध में एक (Stores Register) रखना चाहिए, जिसमें माल की प्राप्ति की संख्या एवं मूल्य, बिका हुआ माल तथा शेष माल के लिये चलन-धन का समय होने चाहिये। इस रजिस्टर की सहायता से उसे कोई भी सूचना क्लर्क भी समय सुगमता से मिल सकती है। जिन थोक व्यापारियों के पास विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का संग्रह अधिक परिमाण में होता है वे प्रायः कार्ड सूची का प्रयोग करते हैं, जिसमें विभिन्न वस्तुओं के लिए चलन-धन कार्ड होते हैं तथा उनको देखने से यह सुगमता से ज्ञात किया जा सकता है कि प्रत्येक वस्तु के स्टॉक की क्या दशा है ?

(ब) विक्रय विभाग

(१) विक्रय प्रतिनिधियों की नियुक्ति—एक थोक-व्यापारी के प्रधान ग्राहक फुटकर व्यापारी ही होते हैं, अतः उन्हें आकर्षित करने के लिए वह दो पद्धतियों को अपनाना है—प्रथम, अपने विक्रय प्रतिनिधियों (Sales Agents) द्वारा उनमें सम्बन्ध स्थापित करना और दूसरे, प्रत्यक्ष रूप से उनमें व्यवहार करना। अप्रत्यक्ष ढंग से ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए जिन विक्रय-प्रतिनिधियों की नियुक्ति की जाय वे योग्य, कार्यक्षम एवं विक्रय-कला (Salesmanship) में दक्ष होने चाहिये। पाश्चात्य देशों में विक्रय-प्रतिनिधियों को क्रियात्मक शिक्षा भी दी जाती है, जिससे वे योग्य एवं कुशल विक्रय-प्रतिनिधि बन सकें। हमारे देश में बाटा सू कम्पनी तथा टाटा प्राइम मिल की ओर से इस प्रकार का आयोजन किया गया है। यहाँ विनय प्रतिनिधियों की नियुक्ति के पूर्व विभिन्न पद्धतियों से उनकी मानसिक प्रवृत्ति की परीक्षा की जाती है तथा बाद में उन्हें क्रियात्मक शिक्षा भी दी जाती है। ऐसे व्यक्तियों के लिए वाणिज्य-शिक्षा (Commercial Education) का ज्ञान होना भी आवश्यक है। विक्रय-प्रतिनिधियों का वेतन आदि भी केवल विनय पर ही निर्भर नहीं करता, बरन कुल लाभ में से दिया जाता है। इसका कारण यह है कि यदि वेतन केवल विनय पर ही अवलम्बित हो तो वे लोग लाभ की ओर ध्यान न देकर कम मूल्य पर भी बिक्री कर सकते हैं। इन पर पूर्ण नियन्त्रण करने के लिये इनमें निश्चित अवधि पर बिक्री का हिमाज लेते रहना चाहिए।

(२) प्रदर्शन गृह—यद्यपि फुटकर व्यापारी की भाँति थोक-व्यापारी का ग्राहकों में वैयक्तिक सम्बन्ध नहीं होता (जि है अपनी ओर आकर्षित करने के लिये उसे प्रयत्न करने पड़ते हैं) किन्तु फिर भी फुटकर विक्रेताओं की सुगमता के लिए उसे एक प्रदर्शन गृह (Show Room) रखना चाहिये, जिसमें विभिन्न वस्तुओं को आकर्षक ढंग में सुनोभित करना चाहिये। फुटकर व्यापारी बहुधा समय-समय पर थोक विक्रेता के यहाँ आने रहते हैं तथा उसके प्रदर्शन कक्ष की वस्तुओं का निरीक्षण करके आदेश भी दे जाते हैं। इस दृष्टि से फुटकर व्यापारियों के बैठने तथा ठहरने आदि की भी सुविधा रखनी चाहिए।

(३) विक्रय क्षेत्र का विभाजन एवं विक्रय प्रतिनिधियों द्वारा आदेश लेना—बाहरी व्यापार के लिये विक्रेता प्रायः अपने अगणकृताओं तथा विनय प्रतिनिधियों

पर निर्भर करता है। प्रत्येक विक्रय प्रतिनिधि अथवा भ्रमणवर्त्ता को एक-एक जिला अथवा राज्य का कुछ भाग प्रचार करने के लिए निर्दिष्ट कर दिया जाता है। भ्रमणवर्त्ता अपने-अपने क्षेत्रों में जा कर फुटकर व्यापारियों से आदेश प्राप्त करते हैं। भ्रमणवर्त्ता का प्रमुख कार्य अपने क्षेत्र के फुटकर विक्रेताओं के हृदय में वस्तुओं के प्रति आकर्षण पैदा करना एवं सन्तुष्ट ग्राहकों का निर्माण करना होता है। वह वस्तुओं को मनी प्रकार दिखा कर नमूना या पैसन के बदलने का आश्वासन देकर तथा अच्छी तरह वस्तुओं का विज्ञापन करके उनकी माँग में वृद्धि करते हुए ग्राहकों की सेवा करता है। वह स्थाई ग्राहकों से अपना सम्बन्ध स्थापित करता हुआ पुराने एवं छूटे हुए ग्राहकों से भी अपना व्यवहार पुनः स्थापित करने का प्रयत्न करता है।

(४) ग्राहकों की शिकायतों पर कार्यवाही—व्यापार में कभी-कभी ग्राहकों की ओर से शिकायतें भी आती रहती हैं, जिनको सर्वेसमय व्यवहार से एवं कुशलता से सन्तुष्ट करना चाहिए तथा हला उत्तर नहीं देना चाहिए। प्रत्येक शिकायत की पूर्ण छान-बीन करके ग्राहकों को क्षमातिशय एवं सन्तोषप्रद उत्तर भेजना चाहिए क्योंकि सन्तुष्ट ग्राहक विज्ञापन का सर्वश्रेष्ठ साधन है।

(५) चिन्हित वस्तुएँ (Brand Goods)—वर्तमान प्रतियोगिता के युग में ट्रेड मार्क का होना अत्यन्त महत्वपूर्ण है, अतः व्यापारीगण विज्ञापन के पूर्व अपनी वस्तुओं के लिये किसी चिन् या चिन्ह को रजिस्टर्ड करा लेते हैं, जिसे ट्रेड मार्क कहते हैं। इसके द्वारा यह ज्ञात हो जाता है कि अमुक वस्तु अमुक व्यापारी की है। उदाहरण के लिए, स्वास्तिका ब्रांड साबुन, हथोडा एवं चक्र ब्रांड, जे० के० गुड्स, गुरदेव मार्क कापियाँ आदि। इन चिन्हों से विशेष लाभ यह होता है कि यदि कोई वस्तु जनता को अधिक प्रिय लगती है तो उस चिन्ह द्वारा अत्यधिक माँग बढ़ जाती है। ट्रेड मार्क का निर्धारण करते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि वे आकर्षक हों एवं जिन्हें आमानी में याद रखना जा सके तथा जो अन्य चिन्हों में पृथक् पहिचाने जा सकें। इन चिन्हों से थोक तथा फुटकर व्यापारी दोनों की ही लाभ होता है। प्रमाणिक (Standard) होने के कारण किसी भी पक्षकार को वस्तु के गुण के सम्बन्ध में अधिक छान-बीन नहीं करनी पड़ती। ट्रेड मार्क के उपयोग से निर्माता को विश्वास हो जाता है कि उनकी वस्तुओं का विक्रय होगा तथा वह उपभोक्ताओं का विश्वास-पात्र हो जाता है। वस्तु का प्रमाणीकरण होने से सभी बिपणियों में उसका समान मूल्य रखा जा सकता है, जिसका निर्धारण निर्माता स्वयं करता है।

(६) विक्रय नीति—विक्रय-नीति भी सुष्ट एवं निर्दिष्ट होनी चाहिए। वस्तुओं का मूल्य निर्धारण करते समय बड़ी सावधानी रखनी चाहिए। मूल्य ऐसा हो जिसमें थोड़ा स्थायित्व हो। ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये समय-समय पर उनकी उपहार देते रहना चाहिये तथा उत्सवों पर कम मूल्य में विक्रय (Sale at Reduced Rates) का आयोजन होना चाहिये। साख नीति भी ऐसी होनी चाहिए जिससे न्यूनतम धनोष्प-ऋण (Bad Debts) हो। वस्तु का पैकिंग भी देशी तथा

प्रतर्लीय पद्धति के अनुसार (जैसा आवश्यक हो) होना चाहिए। पैकिंग ऐसा किया जाय जिससे कि वस्तु सुगमता से एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजी जा सके तथा मार्ग में किसी प्रकार की खराबी न हो।

(III) साख-नियन्त्रण

(१) साख नीति—वर्तमान व्यापारिक व्यवहारों में बिना साख के अथवा बिना उधार के दिये काम नहीं चल सकता, अतएव इस सम्बन्ध में एक निश्चित नीति अपनानी चाहिये। ऐसी दशा में जिस राशि तक प्रत्येक ग्राहक को साख दी जाय, उसकी अधिकतम अवधि कितनी हो आदि जानो का निर्धारण यथा-विधि कर लेना चाहिये। अधिक मात्रा तक साख न बड़े तथा रोकट शोध प्राप्त होनी रहे, इसलिये व्यापारीगण प्रायः रोक अग्रहार (Cash discount) देते हैं।

उधार माल बेचने में दो बातों का ध्यान रखना चाहिये। प्रथम तो यह कि जिस ग्राहक को उधार माल दिया जाता है उसके विषय में यह पता लगाना चाहिये कि वह साख का दुरुपयोग तो नहीं कर रहा है तथा जो अवधि उसने निश्चित की है उसके भीतर ही वह सुगतान करता है? इन प्रश्नों के हल के लिये प्रत्येक माह के अन्त में ऐसे माल वाले व्यक्ति का हिमाय छांटकर तैयार कर लेना चाहिए।

(२) आर्थिक स्थिति के विषय में छान-बीन—नये ग्राहक को साख सुविधा देने के पूर्व उनकी आर्थिक स्थिति के विषय में खूब छान-बीन कर लेनी चाहिये। ऐसी दशा में आर्थिक स्थिति का ज्ञान प्राप्त करने की अनेक रीतियाँ हैं—(i) अपने व्यापारी मित्र को जो उसी नगर में रहना हो, उस ग्राहक के विषय में जानकारी प्राप्त करने के लिए लिखना चाहिए। यह बड़ा सरल एवं थोड़ा उपाय है। (ii) अपने सम्भाव्य ग्राहक से ऐसे दो व्यक्तियों के नाम पूछ लेना चाहिए जो उसी नगर में रहते हो तथा जिनके द्वारा पूर्ण जानकारी मिल सके। फिर उन व्यक्तियों (Referees) को गोपनीय पत्र लिखकर आर्थिक स्थिति का ज्ञान प्राप्त किया जा सकता है। (iii) सम्भाव्य ग्राहक के बैंकर्स के द्वारा भी उनकी आर्थिक स्थिति का पता लगाया जा सकता है। (iv) यदि वह ग्राहक किसी व्यापारिक मण्डल का सदस्य है तो उस मण्डल द्वारा भी उसके सम्बन्ध में जानकारी प्राप्त की जा सकती है। (v) उन्नतिशील नगरों में कुछ ऐसी सभायें होती हैं (Information Bureaus) जो कुछ पारार्थमिक लेकर किसी व्यापारी के विषय में जानकारी प्रदान करती हैं, अतः उनसे भी ऐसे ग्राहकों की साख के विषय में जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

(३) साख सीमा का निर्धारण—प्रत्येक थोक व्यापारी के यहाँ एक साख विभाग होना है जिसकी अनुमति से ही किसी ग्राहक का साख लेखा खोला जाता है। प्रत्येक साख वाले ग्राहक के लेखे के ऊपर रुपए तथा मसय की सीमा का स्पष्ट उल्लेख कर देना चाहिए।

(४) वसुली के पत्र—साख की निश्चित अवधि व्यतीत हो जाने पर उस ग्राहक को सूचना भेजनी चाहिए फिर सुनिश्चित न होने पर रिमाइन्डर डालना

चाहिए और फिर भी यदि भुगतान न हो तो वैधानिक कार्यवाही के लिए सचेत कर देना चाहिए।

(IV) रोकड़ पर नियन्त्रण

(१) उत्तरदायी व्यक्ति की नियुक्ति—रोकड़ विभाग एक उत्तरदायी एवं विद्वत्साधन व्यक्ति के अधीन होना चाहिए। इस विभाग का निरीक्षण थोक व्यापारी को स्वयं समय-समय पर करते रहना चाहिए।

(२) अन्वेषक की नियुक्ति—बड़े पैमाने पर व्यापार होने की दशा में लेखा कर्म एवं रोकड़ विभाग के निरीक्षण तथा आन्तरिक जाँच के लिए अन्वेषक भी नियुक्त किए जा सकते हैं।

(३) रोकड़िया पर प्रतिबन्ध—इस विभाग पर समुचित नियन्त्रण रखने के लिए रोकड़िया प्रथम कोषाध्यक्ष पर कुछ प्रतिबन्ध लगा देना चाहिए उदाहरणार्थ, (i) कोषाध्यक्ष की लेखा-पुस्तकी या हिमाव की प्रमुख पुस्तकी को देखने पर प्रतिबन्ध रखना चाहिए। (ii) ममस्तन पत्र किमी उत्तरदायी व्यक्ति द्वारा खोले जाने चाहिए। (iii) जितने भी भुगतान बैंक अथवा ड्राफ्ट द्वारा हो उन सब प्रलेखों को रेखांकित होना अनिवार्य है। फर्म में आने वाले प्रलेखों को भी प्राप्त होते ही रेखांकित कर देना चाहिए। तथा उन पर 'Not Negotiable' शब्द लिख देना चाहिए। (iv) जितनी भी राशि समय-समय पर रोकड़िया प्राप्त करे, उसके लिए रसीद दी जानी चाहिए, जिसकी तीन प्रतिलिपियाँ हों, जिसमें से मूल प्रतिलिपि भुगतान देने वाले को, दूसरी लेखा-कर्म विभाग को भेजनी चाहिए तथा तीसरी भावी सन्दर्भ के लिए रोकड़िया के पास रहनी चाहिए। (v) रसीद पर रोकड़िया के अतिरिक्त लेखपाल अथवा किसी अन्य उत्तरदायी अधिकारी के भी हस्ताक्षर होने चाहिए। (vi) इसी प्रकार फर्म की ओर से जितने भी भुगतान किए जायँ उनके लिए लेखपाल तथा व्यापार-प्रमुख की स्वीकृति होनी चाहिए। (vii) समय-समय पर हस्तक्षेप रोकड़ पुस्तक के साथ मिलान भी कर लेना चाहिए। (viii) प्रायः सभी भुगतान बैंक द्वारा करने चाहिए, जिससे भुगतान का एक माध्यम लिखित प्रमाण रहे। (ix) प्रतिदिन प्राप्त हुई रोकड़ भी उमी दिन बैंक में भेज देनी चाहिए।

(V) व्यय पर नियन्त्रण

व्यापार की सफलता के लिए व्यय पर नियन्त्रण रखना नितान्त आवश्यक है।

(१) सारिलियाँ व रेखाचित्र—इसके लिए प्रय, विवरण, स्टोर, व्यय आदि बातों से सम्बन्धित तालिकाएँ, सारिलियाँ तथा रेखाचित्र (Graphs) बनाए जा सकते हैं। चित्र द्वारा मोवडों को प्रदर्शित करना सारिली बनाने से अधिक आकर्षक होता है।

(२) रिपोर्टें—बड़े-बड़े व्यापार-गृहों में प्रत्यय तथा रिपोर्टें (Returns and Reports) की पद्धति द्वारा बजट-नियन्त्रण या वैज्ञानिक आर्थिक प्रबन्ध

नियोजित किया जाता है। इसके द्वारा व्यापार के प्रत्येक विभाग की माँकी भली प्रकार हो जाती है।

(३) बजट सम्बन्धी नियंत्रण—बजट सम्बन्धी नियन्त्रण स्थापित करने के लिए यह आवश्यक है कि आगामी वर्ष के विक्रय का अनुमान लगाया जाय। ऐसी भविष्यवाणी के लिए बाजार की परिस्थिति का अच्छा ज्ञान होना चाहिए। विक्रय के अनुमान पर ही प्रत्येक विभाग का व्यय एवं कार्यक्रम निश्चित किया जा सकता है, उसमें विज्ञापन का व्यय जो जोड़ा जा सकता है तथा त्रय एवं उत्पादन के व्यय का भी उल्लेख किया जा सकता है। इसके साथ ही किराया, दर तथा कर एवं कार्यालय भ्रादि में होने वाले व्यय को भी शामिल कर लेना चाहिए। इस प्रकार कुल व्यय का अनुमान लगाकर यह निश्चित किया जा सकता है कि व्यापार में कहीं तक व्यय पूरा हो सकती है एवं वस्तु का मूल्य किस सीमा तक कम किया जा सकता है ?

(II) फुटकर व्यापारी (Retail Trader)

फुटकर व्यापारी कौन है ?—फुटकर व्यापारी वह कहलाता है, जो थोक व्यापारियों से वस्तुयें लेकर छोटी-छोटी मात्रा में उपभोक्ताओं को बेचता रहता है। यह बाजार में क्रय-विक्रय करने की मज्जिम कड़ी है। इसके निम्न लक्षण हैं—

- (१) वह छोटी मात्रा में वस्तुयें खरीदता तथा बेचता है।
- (२) वह बहुधा अनेक प्रकार की वस्तुओं में व्यापार करता है।
- (३) वह उपभोक्ताओं को माल बेचता है।

थोक व्यापारी और फुटकर व्यापारी में अन्तर—थोक व्यापारी और फुटकर व्यापारी में अन्तर इस प्रकार स्पष्ट किया जा सकता है —

थोक व्यापारी	फुटकर व्यापारी
(१) यह उत्पादकों से खरीदकर फुटकर व्यापारियों को बेचता है अर्थात् इसका बेचा हुआ माल पुन विक्रय होता है।	(१) यह थोक व्यापारी से खरीद कर उपभोक्ताओं को बेचता है। अर्थात् इसका बेचा हुआ माल पुन नहीं विक्रय होता।
(२) यह बड़ी मात्रा में माल खरीदता और बेचता है।	(२) यह छोटी मात्रा में माल खरीदता और बेचता है।
(३) यह बहुधा कुछ विशेष वस्तुओं में व्यापार करता है।	(३) यह बहुधा बहुत प्रकार की वस्तुओं में व्यापार करता है।
(४) यह व्यापार उधार अधिक और नकद कम करता है।	(४) यह बहुधा नकद व्यापार करता है।

- (५) इसका काम बहुत से स्थानों और शहरों में फैला होता है ।
 (६) थोक व्यापारी का विक्रय-कला में अधिक चतुर होना आवश्यक नहीं ।
 (७) इसमें अधिक पूँजी चाहिए ।

- (५) यह साधारणतः एक ही स्थान में काम करता है ।
 (६) फुटकर व्यापारी को प्रभावपूर्ण विक्रय में चतुर होना चाहिए ।
 (७) इसमें अधिक पूँजी की आवश्यकता नहीं होती है ।

फुटकर व्यापारी की सेवायें और कार्य

(I) थोक व्यापारी के प्रति

फुटकर व्यापारी थोक व्यापारियों और उत्पादकों की ग्राहकों की आवश्यकता, हवि, रीति-रिवाज और फेशन का ज्ञान कराया करते हैं और उन्हें बतलाते हैं कि किम मूल्य और बिस्म की वस्तुयें ग्राहकों में अधिक बिकने की आशा की जा सकती है । इसकी सम्मति के आधार पर ही उत्पादक एवं थोक व्यापारी अपना कार्य बढ़ाते हैं ।

(II) उपभोक्ताओं के प्रति

(१) थोड़ी-थोड़ी मात्रा में वस्तु सप्लाई करना—उपभोक्ता अपनी आवश्यकता

फुटकर व्यापारी की मुख्य सेवायें

१. थोक व्यापारी के प्रति :

मार्ग एवं मुख्य सम्बन्धी जानकारी देना ।

२ उपभोक्ताओं के प्रति :

(१) थोड़ी-थोड़ी मात्रा में वस्तु

सप्लाई करना ।

(२) स्थान-स्थान पर दुकान खोलना ।

(३) तरह-तरह की वस्तुओं का संग्रह ।

(४) मार्ग का अध्ययन करना ।

(५) साल की सुविधा देना ।

की वस्तु अधिक मात्रा में नहीं खरीदते । उनके पास न तो संग्रह करने के साधन ही होते हैं और न वह संग्रह करना ही चाहते हैं । अतः फुटकर व्यापारियों के न होने पर उन्हें बड़ी कठिनाई का सामना करना पड़ता है । उन्हें थोड़ी वस्तु के लिए बार-बार थोक व्यापारियों के पास जाना पड़ता है ।

(२) स्थान-स्थान पर दुकान

खोलना—फुटकर व्यापारी स्थान-स्थान पर दुकान खोलकर उपभोक्ताओं को बहुत सहायता पहुँचाते हैं । कभी-कभी तो उपभोक्ताओं को घर से बाहर निकलने की आवश्यकता नहीं पड़ती, उनके घर पर ही सामान की वित्री फेरी वाले कर जाते हैं ।

फुटकर व्यापारी ग्राहकों की मार्ग को जो अधिक मात्रा में नहीं होती, पूरा करते हैं । वे बहुत से उत्पादकों और निर्माताओं का सामान अपने यहाँ रखते हैं जिससे उनके ग्राहकों की इच्छानुसार मास छूटि देने में सुविधा होती है ।

(३) तरह-तरह की वस्तुओं का संग्रह—ये लोग तरह-तरह की वस्तु अपने यहाँ संग्रह करके रखते हैं ताकि ग्राहकों की निगाह उन पर पड़ जाय और वस्तुओं की सजावट उनको दुकान तक खींच लाय । ताजी ठरकारी तथा फल आदि उपभोक्ताओं को इनके द्वारा मिल जाते हैं ।

(४) मांग का अध्ययन करना—फुटकर व्यापारी भ्रमण-भ्रमण बस्तियों में भ्रमण-भ्रमण व्यक्तियों की मांगों का अध्ययन करके उसी प्रकार का सामान मंगा कर विनय करते हैं । प्रायः गाँवों में हम देखते हैं कि एक ही दुकान होनी है, जिसमें वहाँ के रहने वालों की आवश्यकता की लगभग सभी वस्तुएँ प्राप्त हो जाती हैं । इसी प्रकार नगरों में घनी वर्ग के रहने के स्थान पर व्यापारी ऐसा सामान बेचते हैं, जिनकी उम्हें आवश्यकता होती है । वे हर मौसम का सामान अपने यहाँ रखते हैं और इस बात का बहुत ध्यान रखते हैं कि हर मौसम पर उनके यहाँ उस ऋतु की मांगों का सामान भरा रहे ।

(५) उधार की सुविधा—अक्सर फुटकर व्यापारी अपने ग्राहकों को उधार सामान देने हैं । जो व्यापारी से इन व्यापारियों के ग्राहक अधिक अस्थायी होते हैं । फिर भी व्यापार करते रहने के कारण अपने कुछ ग्राहकों को खूब जान जाते हैं और उनको उधार सामान देने में नहीं हिचकिचाते ।

फुटकर व्यापार की सफलता के लिये आवश्यक तत्व

एक फुटकर व्यापारी की सफलता के लिए उसमें निम्न गुणों का होना परमावश्यक है —

(१) पर्याप्त पूँजी—पूँजी व्यापार की आधारशिला है, अतएव व्यापार

<p>फुटकर व्यापारी की सफलता के लिए आवश्यक चार बातें</p> <p>(१) पर्याप्त पूँजी ।</p> <p>(२) उपयुक्त स्थान ।</p> <p>(३) व्यापारिक ज्ञान ।</p> <p>(४) विज्ञापन ।</p>	}	<p>प्रारम्भ करने से पूर्व पर्याप्त पूँजी का होना नितास्त आवश्यक है । पूँजी के अभाव में वह कभी भी सफल नहीं हो सकता । प्रारम्भ में जिस व्यापारी की कोई साख नहीं होनी उसके लिए तो पर्याप्त पूँजी का होना अनिवार्य है अन्यथा सफलता उससे कभी दूर रहेगी । जिस व्यापारी की साख अच्छी होती है वह अन्य लोगों को अपना सत्यामो</p>
--	---	---

से ऋण भी ले सकता है, किन्तु जहाँ तक संभव हो निजी पूँजी का ही प्रयोग करना चाहिए, क्योंकि ऋण लेने की दशा में व्याज भी देना पड़ता है । यदि ऋण लेना आवश्यक हो तो सोच-विचार कर लेना चाहिये । निज की पूँजी से अधिक कभी ऋण न लेना चाहिए ।

(२) उपयुक्त स्थान—फुटकर व्यापारी की सफलता बहुत कुछ सत्या की स्थिति पर निर्भर करती है । दुकान की ऐसी स्थिति हो, जिसके

निकट उपभोक्ताओं का समूह रहता हो एवं अधिक से अधिक संस्था में ग्राहक आते-जाते हो। किसी चौराहे अथवा नगर के मध्य में संस्था का स्थापित करना अति उत्तम है, क्योंकि ऐसे स्थान पर अधिक से अधिक ग्राहकों के आने की संभावना रहती है। स्थिति के लाभ की अपेक्षा दुकान का किराया किसी भी दशा में अधिक नहीं होना चाहिए।

(३) व्यापारिक ज्ञान—व्यापार में सफलता पाने के लिये यह भी नितान्त आवश्यक है कि उस प्रमुख व्यापारी की वाणिज्य-शिक्षा का अच्छा ज्ञान हो। प्राथमिक एवं वाणिज्य भूगोल के ज्ञान से उसको बड़ी सहायता मिलेगी। उसके अध्ययन से उसको यह ज्ञान हो जायगा कि प्रमुख वस्तु प्राप्त करने के लिए स्रोत कहाँ-कहाँ हैं। पर्यटन के ज्ञान से मार्ग के निर्धारण में उसे अधिक कठिनाई न होगी। शिक्षित होने के साथ-साथ व्यवहार कुशल भी होना चाहिये। उसको एक ऐसे सुगन्धित पुष्प की भाँति होना चाहिये कि भ्रमर कभी ग्राहक स्वतः खिंचे चले आवें। ग्राहकों को सन्तुष्ट करने की कला (विक्रय-कला) में उसे पूर्ण दक्ष होना चाहिये।

(४) विज्ञापन अधिक से अधिक मात्रा में ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए उसे विज्ञापन का प्रयोग करना चाहिए। विज्ञापन के प्रकार, संस्था के आकार-प्रकार पर निर्भर करते हैं। इस सम्बन्ध में हम अगले अध्याय में विस्तार से प्रकाश डालेंगे।

फुटकर व्यापार का वर्गीकरण

फुटकर व्यापारियों को हम निम्न वर्गों में बाँट सकते हैं :—

- (I) फेरी वाले व्यापारी।
- (II) साधारण दूकानें—सामान्य और विशेष।
- (III) बड़े पैमाने पर काम करने वाली आधुनिक संस्थाएँ।
 - (अ) विभाजित स्टोर,
 - (आ) बहुसंख्यक दूकानें,
 - (इ) डाक द्वारा व्यापार करने वाले,
 - (ई) एक मूल्य की दूकानें,
 - (उ) सहकारी संस्थायें।

(I) फेरी वाले व्यापारी

ये व्यापारी अपनी वस्तुयें बेंदगियों पर, टेनों में, पलकों में, सिरो पर कन्वों अथवा झोले लटकाये हुए गाँव-गाँव और मुहल्ले-मुहल्ले में बेचते हैं। घरो के दरवाजों पर, रेल के डिब्बों में, सड़क की पटरियों पर, गलियों के मोड़ों पर एवं भीड़ के स्थानों पर अपनी वस्तुयें बेचते हैं। ये अपने साथ उठनी ही वस्तुयें रखते हैं, जो दिन भर में विक सकें। बपड़े, बर्तन, विस्तारमाने का सामान, मिठाइयाँ, कुलभी, कम्बल आदि इनकी विक्रय सामग्री हैं। सभी जन-साधारण इनमें वस्तुयें क्रय करते हैं।

केरी वाले व्यापारी के गुण

(१) कम पूँजी की आवश्यकता—इन्हें कम पूँजी की आवश्यकता होती है, क्योंकि दिन भर की बिनी का माल और बाँट तराजू आदि से ही इनका काम चल जाता है। दुकान तो इन्हें किराये पर लेनी ही नहीं पड़ती है। ये स्वयं ही सारा कार्य करते हैं। इस प्रकार इनका व्यय कम होता है।

(२) घर पर वस्तु की सप्लाई—ये ग्राहकों के घर तक वस्तु पहुँचा देते हैं।

केरी वाले व्यापारी के दोष

(१) सीमित ग्राहक—मुख्यतः स्त्री और बच्चे ही। इनसे मामान खरीदते हैं, जो घरों से बाहर कम निकलते हैं।

(२) अधिक भ्रूष—वे वस्तुएँ बाजार भाव से कुछ अधिक मूल्य पर ही बेचते हैं।

(३) ग्राहकों को आकर्षित करने में कठिनाई—वे ग्राहकों को मनी प्रकार आकर्षित नहीं कर पाते, क्योंकि वे स्थिर होकर तो रहते नहीं।

(४) घटिया किस्म का माल—उनसे माल भी प्रायः ठीक नहीं मिल पाता। इस प्रकार का व्यापार छोटी-छोटी वस्तुओं तक ही सीमित है।

(II) साधारण दुकानें

फुटकर व्यापार अधिकतर इन्हो दुकानों द्वारा होता है। काम की मात्रा के अनुसार इन्हें बड़ी और छोटी दुकानों में बाँटा जा सकता है। जितनी बड़ी दुकान होनी है उतनी ही अधिक पूँजी और सजावट होना आवश्यक है। ये प्रायः गलियों, कूचों तथा सड़कों पर दुकान खोल लेते हैं। कुछ तो अनेक वस्तुएँ शय-विशय करते हैं, परन्तु पुस्तक, सोने-चाँदी आदि के व्यापारी केवल इनमें ही व्यापार करते हैं। ऐसे दुकानदारों का तो एक बाजार असग से ही स्थापित हो जाता है। ये प्रायः अपने धन से ही दुकान चलाते हैं और आवश्यकता पड़ने पर अपना कोई साझीदार भी बना लेते हैं।

साधारण दुकानों के गुण-दोष

गुण—(१) इनमें अधिक अच्छा माल मिलता है। यदि वस्तु खराब निकले तो ग्राहकों को वापिस करने में सुविधा रहती है। (२) ये ग्राहकों को आकर्षित कर सकते हैं। (३) स्त्री, बच्चे, बड़े-छूटे सभी इनमें माल खरीदते हैं। रात्रि से रक तक इनमें शय-विशय करते हैं। (४) इनका थोड़ा पूँजी से काम चल जाता है।

दोष—(१) इनका कार्य-क्षेत्र सीमित होता है, क्योंकि इनको प्रायः पूँजी प्राप्त करने में कठिनाई होती है।

साधारण दुकान लगाने वाले फुटकर व्यापारियों का संगठन

साधारण दुकान लगाने वाले फुटकर व्यापारी को अपने व्यापार का संगठन करते समय निम्न बातों पर विशेष रूप से ध्यान देना चाहिए —

साधारण दुकान लगाने वाले फुटकर व्यापारियों के संगठन से सम्बन्धित मुख्य बातें

१. व्यापार स्थान का उपयुक्त चुनाव :

दुकान नगर के मध्य में हो, वस्तु के स्वभाव, प्रतिस्पर्धा आदि का भी ध्यान रखा जाय।

२. वस्तुओं का क्रय :

व्यापार प्राप्त निर्माताओं व लोक व्यापारियों से क्रय; पर्याप्त मात्रा में वस्तुओं का संग्रह; अनावश्यक संग्रह नहीं।

३. दुकान की सजावट :

- (१) बाह्य सजावट।
- (२) आन्तरिक शोभा।
- (३) वस्तुओं पर मूल्य-पत्र।
- (४) पर्याप्त स्थान।
- (५) मृदुभाषी व चतुर विप्रेता।
- (६) सामयिक विज्ञापन।
- (७) ग्राहकों को अन्य सुविधायें।

४. मूल्य निर्धारण :

- (i) मूल्य उद्देश्य—जनसेवा, (ii) मूल्य प्रतिस्पर्धात्मक हों; (iii) उचित लाभ; (iv) मूल्य परिवर्तनों की अपेक्षा गुणों में परिवर्तन श्रेष्ठ।

५. गोदाम की उपयुक्त व्यवस्था :

- (१) स्थान के प्रयोग में मित-अप्यिता।
- (२) वस्तुओं की सुरक्षा।
- (३) सामयिक सफाई।
- (४) ठीक ठीक हिसाब।

६. कुशल कर्मचारी :

- (i) रोकड़िया, (ii) भंडारो; (iii) विप्रेता।

(१) व्यापार स्थान—सर्वप्रथम, उसे दुकान के स्थान के विषय में निर्णय करना चाहिए। जेमा ठगर सकेत कर चुके हैं, दुकान नगर के मध्य में होनी चाहिये और उसकी स्थिति ऐसी हो कि जाने जाने वाले ग्राहक उसकी ओर अनायास ही आकर्षित हों। स्थान का निर्णय करते समय वह किन वस्तुओं में व्यापार करेगा, उसके ग्राहक किस बाजार अथवा बस्ती में अधिक होंगे तथा वहाँ प्रतिस्पर्धा की कितनी सम्भावना है, आदि बातों पर पूर्णतः विचार कर लेना चाहिए। उदाहरणार्थ, सूत्री मण्डी के निकट पुस्तकों की दुकान नहीं खोलनी चाहिए, बरन् विद्यापियों के छात्रालय के निकट पुस्तकों की दुकान खोलना श्रेयस्कर होगा। साधारणतः उसको अपनी दुकान उसी क्षेत्र में रखनी चाहिए, जिस क्षेत्र में वस्तुओं की अन्य दुकानें हों, जैसे—लखर ग्वालियर में, पुस्तकों की दुकान पाटनकर बाजार में, टोपियों की दुकान टोपी-बाजार में, लोहे की दुकान सोहिवा बाजार में तथा कपड़े की दुकान चाँधीमार्केट में होनी चाहिए, क्योंकि ग्राहक में यह प्रवृत्ति होती है कि वह उसी बाजार से वस्तुएँ खरीदता है, जिस बाजार में उस वस्तु का विशेषीकरण हो।

(२) वस्तुओं का क्रय—दुकान के स्थान का निर्धारण करने के बाद वह यह तय करेगा कि अमुक वस्तु कहाँ से खरीदी जाय। उसे समस्त वस्तुएँ ऐसे ही लोक-विश्लेषकों अथवा निर्माताओं से क्रय करनी चाहिए जो उन वस्तुओं के लिए व्यापार प्राप्त कर चुके हैं। वस्तुओं का संग्रह पर्याप्त मात्रा में करना चाहिये।

आवश्यकता से अधिक वस्तुओं का भी कय नहीं करना चाहिए । उतनी ही वस्तुओं का सग्रह करना चाहिए जो कि एक नियत अवधि में सुविधा से बेची जा सकें, क्योंकि अधिक काल तक वस्तुएँ पड़ी रहने में उनकी दशा खराब हो जाती है तथा उनमें व्यर्थ पूँजी फँस जाती है ।

(ग) दुकान की सजावट—एक फुटकर व्यापारी के लिए दुकान की सजावट बहुत महत्व रखती है । दुकान भीतर तथा बाहर, दोनों ओर से ही सुशोभित होनी चाहिए । दुकान के सामने ऊपर की ओर साइनबोर्ड लगाना चाहिए तथा बाहर की ओर अत्यन्त आकर्षक ढङ्ग से सजावट करनी चाहिये । रात्रि के समय चहुरंगी प्रकाश करना भी दुकान की शोभा को बढ़ाता है । दुकान के बाहर प्रदर्शनी आत्मसारियाँ होनी चाहिए, जिनमें अत्यन्त सुन्दरता एवं शोभा के साथ नमूनों का प्रदर्शन होना चाहिए । मर्जी हुई वस्तुओं पर मूल्य-पत्र भी लगा रहना चाहिए । आत्मसारियों की शोभा का उस समय तक कोई मूल्य नहीं होगा, जब तक दुकान के अंदर कोई सजावट न हो, अतएव दुकान के अन्दर भी पर्याप्त स्थान होना चाहिए । आन्तरिक शोभा में यह बात विशेष रूप से ध्यान में रखनी चाहिये कि दुकान की प्रत्येक वस्तु ग्राहक की दृष्टि में रहे तथा किसी भी वस्तु के सम्बन्ध में उसे पूछने की आवश्यकता प्रतीत न हो । दुकान के भीतर की आत्मसारियाँ, सम्भे आदि को आकर्षक ढङ्ग से सुशोभित करना चाहिये । दुकान की आन्तरिक तथा बाहरी शोभा परस्पर पूरक होनी चाहिये । दुकान के अन्दर ग्राहकों की सुगमता तथा वस्तु लेने समय उनके आराम की व्यवस्था का पूरा ध्यान रखना चाहिए । ग्राहक से बातचीत करते समय बड़ी सावधानी की आवश्यकता है । विक्रेता को सदैव प्रसन्न एवं मुदुमापी होना चाहिये । ग्राहकों को अपने हाव-भाव में लुभाने की कला में स्त्रियाँ अधिक प्रवीण होती हैं, अतः उनको नियुक्त किया जा सकता है । विक्रेता को ग्राहकों से सी घृणा के साथ बातें करनी चाहिये और न अधिक मक्खन ही लगाना चाहिये, वरन् उसे ऐसी शिक्षा दी जानी चाहिए जिससे वह ग्राहकों के साथ नम्रता, मृदुलता तथा शिष्टाचारा का व्यवहार करता हुआ उसकी ओर सदैव आकर्षित रहे ।

किसी भी प्रकार के विज्ञापन से दुकान की बाहरी सजावट विज्ञापन का सर्वश्रेष्ठ साधन है । बाहरी सजावट का प्रथम प्रभाव पड़ता है, जो प्रतिम होता है, अतः उससे आकर्षित होकर सभाव्य ग्राहक खरीददार बन जाता है, किन्तु इसका यह तात्पर्य नहीं कि विज्ञापन नहीं करना चाहिए । विज्ञापन स्थानीय समाचारों में समय-समय पर देते रहना चाहिये, जिससे जिनको दुकान की जानकारी न हो वे भी दुकान पर आने का बल करेगे एवं इस प्रकार ग्राहकों की संख्या बढ़ेगी ।

इसके अतिरिक्त फुटकर व्यापारी को चाहिए कि वह अपने ग्राहकों को अन्य सुविधायें भी प्रदान करे । ग्राहकों के आते ही पान-सिगरेट-मीक से उनका स्वागत करना चाहिये । गर्मियों में ठण्डे जल तथा जाडों में चाय की व्यवस्था होनी चाहिए । इस प्रकार की सेवाओं से दुकान की ख्याति बढ़ती है एवं ग्राहक भी अधिक संख्या में

प्राकल्पित होते हैं। किसी वस्तु का मौसम समाप्त हो जाने पर उसके लुप्त रूप में दिनी करनी चाहिए। अप्रचलित तथा सराव माल को कम कीमत में बेचा जा सकता है।

(४) मूल्य निर्धारण—हेनरी फोर्ड के कथनानुसार एक व्यापारी का मूल उद्देश्य केवल अधिकतम लाभ-कमाना ही नहीं, बल्कि जन-सेवा करना भी होना चाहिए, अतः वस्तु का जो भी मूल्य निर्दिष्ट किया जाय, वह उचित होना चाहिए। उचित मूल्य की दशा में बिक्री भी अधिक होगी और जब अधिक बिक्री होगी तो लाभ भी बढ़ेगा। यदि अधिकतम लाभ के उद्देश्य में कोई व्यापारी अधिक मूल्य लेता है, तो ग्राहक दुःखी उसके पास न आवेंगे, परिणामस्वरूप बिक्री कम होगी। दूसरे, यह भी ध्यान रहे कि मूल्य प्रतिस्पर्धात्मक हो तथा उसी प्रकार की अन्य वस्तुओं के मूल्यों में समानता रहनी चाहिए। मूल्य का निर्धारण इस प्रकार होना चाहिए कि दुकान का व्यय निकाल कर कुछ लाभ भी शेष रहे। किसी वस्तु का मूल्य-निर्धारण सदैव ग्राहकों द्वारा स्वाभाविक रूप से चुकाये जाने वाले मूल्य को देखकर ही करना चाहिए। सम्भवतः यदि परिस्थितियाँ स्वीकृति दें, तो वस्तुओं के प्रचलित मूल्य में परिवर्तन करने की अपेक्षा उनके गुणों में परिवर्तन करना अधिक श्रेष्ठ होता है।

(५) गोदाम या भण्डार—प्रत्येक फुटकर व्यापारी को एक साधारण गोदाम की भी व्यवस्था करनी पड़ती है, जहाँ वह अपने व्यापार के लिये आवश्यक वस्तुओं का संग्रह करता है। वस्तुओं को वहाँ इस प्रकार सजाकर रखना चाहिए कि स्थान और समय की पर्याप्त वृत्ति हो तथा वस्तुएँ सुरक्षित भी रहें। चूहे, दीमक आदि वस्तुओं को हानि न पहुँचावें, इस सम्बन्ध में पूर्ण सावधानी रखनी चाहिए। भण्डार की सामयिक सफाई होनी चाहिए तथा उसकी सब वस्तुएँ यथासमय मालमारियों से निकाल कर भली प्रकार साफ कर लेना चाहिये। वस्तुओं को अत्यन्त सावधानी से रखना अथवा निकालना चाहिए। भण्डार में रखी हुई वस्तुओं के लिए एक पुस्तक में ठीक-ठीक हिसाब रखना चाहिए।

(६) कर्मचारी—व्यापार के प्रकार-प्रकार के अनुसार फुटकर विक्रेता को कर्मचारियों की नियुक्ति करनी पड़ती है। साधारणतः फुटकर विक्रेता के यहाँ एक रोकड़िया या मुनीम होता है, जो रोकड़ सम्बन्धी व्यवहार करता है तथा लेखे आदि रखता है। दूसरा भण्डारी होता है जो भण्डार की व्यवस्था करता है तथा माल का ऋण, उसकी प्राप्ति आदि करता है और तीसरा विक्रेता होता है जो ग्राहकों से व्यवहार करता है।

(III) बड़ी मात्रा में फुटकर व्यापार

वर्तमान युग में बहु प्रमाण पर फुटकर व्यापार करने का बड़ा बोलवाला है। बहुधा बहुपरिमाण में फुटकर व्यापार करने वाली दुकानें दो रूप में पाई जाती हैं—
(अ) वैसागिक भण्डार तथा (ब) बहु-विक्रयशालाएँ। इङ्ग्लैंड तथा अमेरिका में बहु-

प्रमाण पर व्यापार करने वाले ऐसे फुटकर व्यापारी अनेक हैं। यत कुछ वर्षों में भारत में भी इनकी प्रगति देखी जाती है। हमारे देश में जो बड़े फुटकर विक्रेता हैं, वे मुख्यतः विदेशी हैं, जैसे—सर्वग्री ह्वाइटवे सेडलॉ ग्रयवा हॉल एण्ड एण्डर्सन, कलकत्ता आदि। भारतीय स्वामित्व एवं प्रबन्ध के अन्तर्गत कार्य करने वाला इस प्रकार का एक मात्र सार्थ टो० वांकर एण्ड कम्पनी, बम्बई है। दूसरा, उत्तेसनीय सार्थ कानपुर में के० जी० ठाकुरदास एण्ड सन्स है। तीसरे, डिपार्टमेंटल क्लाय स्टोर, नासिक भी एक महत्वपूर्ण संस्था है।

बहु-प्रमाण फुटकर व्यापार क्यों ?

बड़ी मात्रा में फुटकर व्यापार करने वाले लोगों की संख्या में प्रगति के कुछ महत्वपूर्ण कारण इस प्रकार हैं —

(१) व्यवसाय के केन्द्रीयकरण में आर्थिक लाभ—बहु-प्रमाण में फुटकर व्यापार करने वाले गृह प्रायः अपने व्यवसाय का केन्द्रीयकरण करना आर्थिक दृष्टि से अधिक उपयुक्त समझते हैं। अधिक मात्रा में वस्तुएँ खरीदने से वे सुगमता से तथा सस्ती मिल जाती हैं क्योंकि बड़े व्यापारी तथा उत्पादकगण सदैव अधिक मात्रा में वस्तुएँ भेजते समय ऐसे फुटकर विक्रेताओं को कुछ अधिक सुविधायें देते हैं, जैसे अधिक कमीशन मिलना आदि।

बहु-प्रमाण में फुटकर व्यापार क्यों ?

- (१) व्यवसाय के केन्द्रीयकरण से आर्थिक लाभ।
- (२) पर्याप्त पूँजी की सुविधा।
- (३) विक्रय सेवाओं में कुशलता।

(२) पूँजी की सुविधा—बहु-प्रमाण फुटकर विक्रेता के पास पूँजी, भी अधिक होती है, अतः वे विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का संग्रह करने में समर्थ हो सकते हैं। ग्राहकों को भी वस्तुओं के चुनाव में अधिक सुविधा होती है, इससे ग्राहक अधिक संख्या में आकर्षित होते हैं।

(३) विक्रय सेवाओं में कुशलता—ग्राहकों को वह अधिक कार्यक्षम विक्रय सेवाओं द्वारा अधिकारिक सुविधायें दे सकता है तथा किसी वस्तु विशेष में विशिष्टीकरण प्राप्त कर सकता है, जिससे उसकी ब्यापति बढ़ती है। विज्ञापन आदि पर भी वह अधिक व्यय कर सकता है, क्योंकि उसकी पूँजी भी अधिक होती है एवं ग्राहक-संख्या भी।

अब हम बहु-प्रमाण व्यापार के स्वरूपों की विस्तृत विवेचना करेंगे।

(अ) वैभागिक अथवा विभागीय भण्डार

(Departmental Store)

परिभाषा एवं उद्देश्य

जैसा कि इसके नाम से ही स्पष्ट है, वैभागिक भण्डार में आशय एक ऐसी विशाल दुकान से है, जिसमें कितने ही विभाग हों, और जो पुनरु-पुनर कितनी विशेष

वस्तु का व्यवसाय करते हैं। अन्य शब्दों में यह एक ऐसी पद्धति है जिसमें विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का व्यापार करने वाली कितनी ही दुकानें एक ही स्थान पर तथा एक ही नियन्त्रण में रहती हैं। इसका प्रमुख उद्देश्य यह है कि सुई से लेकर रेडियो तथा मोटर आदि तक सभी वस्तुएँ उपभोक्ताओं को एक ही स्थान पर उपलब्ध हो जायें। उदाहरण के लिए, एक ही दुकान में निम्न विभिन्न विभाग हो सकते हैं—भूतंगार-वस्तु विभाग, चर्म वस्तु विभाग, घड़ी विभाग, भूती-ऊनी तथा रेशमी वस्त्र विभाग, टेलरिंग विभाग, साइकिल विभाग, मोटर विभाग आदि, यही नहीं ग्राहक की सुविधा के लिए भण्डारों में केश कर्तनालय, शौचालय, स्नानागार, जलपान-गृह तथा विश्राम-गृह भी होते हैं, जहाँ पर ग्राहक आराम कर सके तथा शान्ति से बैठकर पत्र-व्यवहार कर सकें। विदेशों में वैभाषिक भण्डार पोस्ट-ऑफिस की भी सुविधायें देते हैं। ये भण्डार अपने ग्राहकों से टेलीफोन पर आर्डर लेकर उनकी इच्छित वस्तुएँ उनके घर तक पहुँचाने का भी प्रबन्ध करते हैं।

विशेषतायें

एक उन्नत व सफल विभागीय भण्डार में निम्न विशेषतायें होनी चाहिए —

(१) स्थिति तथा स्थान—ऐसे भंडार किसी भी नगर के ऐसे बाजार में स्थापित किये जाने चाहिए जो सबसे अधिक आकर्षक तथा फैशन से परिपूर्ण हो एवं जहाँ धनी तथा विलासप्रिय व्यक्ति अधिकता से रहते हों। ऐसे भवनों की बनावट इतनी सुन्दर व बाहरी प्रभाव में इतनी छुम्बकीय शक्ति होनी चाहिये कि मनुष्य स्वयं ही इस प्रकार प्रभावित होकर आ जाय, जैसे भँवरा कमल के पास आता है। इसमें पर्याप्त स्थान होना चाहिए। इन भण्डारों में विश्रामगृह, जलपानगृह, वाचनालय, लेखागृह, सूचनालय, डाकघर, टेलीफोन तथा तार घर का भी उत्तम प्रबन्ध रहता है। कुछ भण्डारों में तो भाषण, प्रदर्शन, नाच-नाने का कार्यक्रम, चलचित्र प्रदर्शन तथा गीत-नाट्य एवं साधारण नाटकों का भी प्रबन्ध स्वतन्त्र रूप से सभी के लिए किया जाता है।

प्रत्येक विभाग स्वतन्त्र होते हुए भी एक दूसरे से सम्बन्धित होता चाहिए। इस दृष्टि से प्रत्येक विभाग का काउन्टर अलग-अलग होता है जिन पर वस्तुओं का प्रदर्शन किया जाता है, जिससे जब ग्राहक एक विभाग से दूसरे विभाग में जाता है, तो उसे स्वयं प्रत्येक विभाग की वस्तुओं की जानकारी हो जाती है। प्रत्येक विभाग का द्वार-शोभन भी भली विधि से करना चाहिये, किन्तु इन सब बातों पर विचार करते समय यह भी ध्यान में रखना चाहिए कि दुकान का किराया इतना अधिक न हो जिसका नुगतान करने में ही सम्पूर्ण लाभ चला जाय।

(२) संगठन एवं व्यवस्था—इस प्रकार का व्यापार प्रायः सीमित पूर्ण जो वाली कम्पनी द्वारा चलता है। कम्पनी स्वरूप होने के कारण इनकी एक संचालक सभा होती है, जो सामान्य प्रबन्ध नीति का निर्धारण करती है। इन भण्डारों का मुख्य कार्यकर्ता ही इनका प्रबन्ध-संचालक (Managing Director) होता है, जो संचालक सभा की ओर से प्रतिदिन की देख-रेख करता है। प्रत्येक विभागीय भण्डार अनेक

वैभागिक या विभागीय भण्डार की मुख्य-मुरय विशेषतायें

(१) स्थिति तथा स्थान .

परियों व फंडानप्रिय लोगों के निवास-स्थान के निकट, प्रभाव-शाली एवं पर्याप्त स्थान वाले भवन, मनोरंजन, डाकघर आदि की व्यवस्था, विभागों के बीच सम्बन्ध, द्वारशोभन ।

(२) संगठन एवं व्यवस्था :

कम्पनी स्वल्प, भण्डारों का मुख्य कार्यकर्ता ही प्रबन्ध सचालक, उप-विभाग एवं विभाग व्यवस्थापक, सचिवीय तथा लेखा विभाग ।

(३) क्रय-विक्रय

प्रत्येक विभाग को एक निश्चित राशि माह के प्रारम्भ में, विभागों को क्रय की स्वतन्त्रता, अनेक स्त्री-पुरुष विक्रेता, उधार व मगद विक्रय ।

(४) विक्रय पद्धति एवं विक्रय लेख

कंडा-भीमो (तीन प्रतियों वाले), नगद विक्रय की दशा में ग्राहक को टोकन देना, ग्राहकों के घर माल भिजवाने की व्यवस्था, लेखा पुस्तकों में प्रविष्टिर्मा, रोकड-बिक्री व रोकड का मिलान ।

(५) कर्मचारी :

कर्मचारी-प्रबन्धक द्वारा भर्ती, योग्य कर्मचारियों की नियुक्ति, पूर्ण प्रशिक्षण की व्यवस्था; विभागीय ट्रान्सफर ।

(६) भण्डार .

भण्डार रजिस्टर में विस्तृत धोरी; माल का बीजक से मिलान, सामयिक स्टॉक लेना ।

उप-विभागों में विभाजित होता है और प्रत्येक उप विभाग का एक पृथक 'विभाग-व्यवस्थापक' (Sectional Manager) होता है । प्रत्येक विभाग की सफाई के लिए उनके विभाग व्यवस्थापक उत्तरदायी होते हैं ।

सचिवीय विभागों (Secretarial Sections) तथा लेखा विभागों (Accounts Sections) के लिये प्रबन्ध सचालक उत्तरदायी होता है । प्रत्येक विभाग का हिमाव रखने के लिए पृथक-पृथक रोकडिया तथा लेख-पात रहते हैं । प्रत्येक विभाग की लेखा पुस्तकों भी अलग-अलग रखी जाती हैं तथा सब विभागों पर होने वाला सामान्य व्यय प्रत्येक विभाग में उनके विक्रय के अनुपातानुसार बांट दिया जाता है तथा इनके प्रतिम लेख भी अलग ही बनाये जाते हैं ।

(३) क्रय-विक्रय—प्रत्येक माह के प्रारम्भ में विभिन्न विभागों के प्रबन्धकों को एक निश्चित राशि दे दी जाती है, जिनमें उन्हें अपने अपने विभागों में विक्रय के लिए माल क्रय करने का पूर्ण अधिकार होता है । जैसे ही कोई आदेशित माल भंडार में आता है, प्रबन्धक उसकी माली प्रकार जांच करते हैं और तत्पश्चात् माल का कुछ भाग बिनाप के लिए विभाग में भेज दिया जाता है । प्रत्येक विभाग में अनेक पुरुष तथा स्त्री विक्रेता होते हैं, जिन पर माल के विक्रय का उत्तरदायित्व होता है । ये विक्रेता बड़े कुशन कलाकार होते हैं, क्योंकि ग्राहकों को सतुष्ट करने का भार दुर्घों पर होता है । विभागों में उधार तथा नगद दोनों ही प्रकार से माल बेचा जाता है ।

(४) विक्रय पद्धति एवं विक्रय लेख—प्रत्येक विभाग के पास भ्रमण-भ्रमण Cash Memo होती है, जिन पर प्रत्येक विभाग के पृथक प्रमाण पड़े रहते हैं। प्रत्येक Memo की तीन प्रतियाँ होती हैं। इसी प्रकार उधार माल का व्योरा रखने के लिए प्रत्येक विभाग को Credit Memo भी दी जाती है। नकद विक्रय की दशा में विक्रेता ग्राहक को Cash Memo की दो प्रतियाँ देता है, जिनमें से एक प्रति रोकड़िया रोकड़ लेकर रख लेता है तथा मूल प्रति ग्राहक को एक टोकन (Token) के साथ लौटा दी जाती है। ग्राहक टोकन द्वारपाल को देकर अपनी वस्तुएँ अपने साथ ले जाता है। टोकन देने का उद्देश्य यह है कि कोई भी लफंगा दुकान से माल चुराकर न ले जा सके। यदि ग्राहक स्वयं माल नहीं ले जाता तो वस्तुएँ पैकिंग-विभाग में ग्राहक के नाम व पते के साथ भ्रमण रख दी जाती हैं और जब उस क्षेत्र की वस्तुएँ एकत्रित हो जाती हैं, तब समयकाल को वे ग्राहक के घर पहुँचा दी जाती हैं। ऐसी परिस्थिति में रोकड़िया ग्राहक को टोकन नहीं देता।

उधार माल बेचने की दशा में ग्राहक को Credit Memo की केवल एक प्रति दी जाती है तथा दूसरी विक्रेता अपने पास ही रख लेता है। साख की सुविधा केवल परिचित एवं प्रतिष्ठित व्यक्तियों को ही दी जाती है।

प्रत्येक दिन के अन्त में प्रत्येक विभाग की रोकड़-विक्रय तथा रोकड़-प्राप्ति का मिलान किया जाता है तथा प्रत्येक विभाग की लेखापुस्तकों में प्रविष्टियाँ की जाती हैं। Credit Memos भी साख-विषय विवरण के लेखा-कर्म विभाग को भेज दिए जाते हैं, जहाँ आवश्यक प्रविष्टियाँ की जाती हैं।

(५) कर्मचारी—वैभागीय भण्डार के विभिन्न विभागों में काम करने के लिए कर्मचारियों की नियुक्ति एक विशेष व्यक्ति कर्मचारी प्रबन्धक (Personnel Manager) द्वारा की जाती है। उसको यह देखना पड़ना है कि प्रत्येक विभाग के लिए योग्य कर्मचारी नियुक्त किए जायें तथा उनको अपने विभाग की क्रियाएँ करने में कार्यक्षम बनाया जाय। यदि आवश्यकता हो तो उनके पूर्ण प्रशिक्षण की भी व्यवस्था की जाये। इसी प्रकार कर्मचारियों को सब विभागों के कार्य में दक्ष करने के उद्देश्य से उनको एक विभाग में थोड़ा समय अवकाश दिया जाता है।

(६) भण्डार—जैसा ऊपर संकेत कर चुके हैं कि विभागीय भण्डार में एक पृथक भण्डार भी होता है, जहाँ माल का संग्रह किया जाता है। भण्डार में आने वाला माल तथा प्रत्येक विभाग को भेजा जाने वाला माल सबका विस्तृत व्योरा एक पृथक रजिस्टर में भण्डारी (Store-keeper) रखता है। वस्तुओं की प्राप्ति पर बीजक के अनुसार वस्तुएँ प्राप्त हुई—यह भण्डारी अपने हस्ताक्षर से लिखकर बीजक की लेखा-कर्म विभाग में भेज देता है तथा वस्तुओं की प्राप्ति की सूचना विभाग व्यवस्थापक को दे दी जाती है। इस बीजक के आधार पर ही वस्तुओं के विक्रय मूल्य का निर्धारण किया जाता है। समय-समय पर भण्डार की वस्तुओं का स्टॉक भी लिया जाता है।

वैभागिक भण्डार के लाभ

(१) सस्ती व अच्छी वस्तुओं का क्रय—प्रायः ये भण्डार सभी वस्तुओं को अधिक मात्रा में खरीदते हैं, अतः अधिक मात्रा में वस्तुओं का क्रय होने के कारण

एक तो इहे अच्छी वस्तुयें मिल जाती हैं और दूसरे वे सस्ते मूल्य पर भी मिल जाती हैं। इसके अतिरिक्त ये विभिन्न विभागीय वस्तुओं के क्रय के लिए वय-विशेषज्ञों की नियुक्ति कर सकते हैं।

(२) विविध किस्मों की उपलब्धि—

इन भण्डारों में एक ही माल की विभिन्न किस्में मिल सकती हैं, अतः ग्राहक को माल पसन्द करने में सुविधा रहती है व उसको अपनी इच्छानुसार पसन्द का माल मिल सकता है।

(३) ग्राहकों को एक ही स्थान पर

सब वस्तुयें मिलना—इनमें ग्राहकों को वही सुविधा हो जाती है। प्रायः खरीददार को विभिन्न वस्तुओं के लिए भिन्न-भिन्न दुकानों की खाल नहीं छाननी पड़ती। उसे एक ही स्थान पर सुई से लेकर मोटर तक मिल सकती है।

(४) बिक्री में वृद्धि—इस प्रकार के

भण्डार अत्यन्त आकर्षक होते हैं, जब कोई ग्राहक एक वस्तु लेता है, उसकी इच्छा होती है कि अन्य वस्तुओं का भी क्रय कर लिया जाय। इस प्रकार इन भण्डारों की बिक्री बहुत बढ़ जाती है।

(५) एक विभाग द्वारा दूसरे विभाग

का विज्ञापन—इन भण्डारों की प्रत्येक विभाग दूसरे विभाग के विज्ञापन का कार्य करता है। जब कोई भी ग्राहक किसी प्रमुख वस्तु के क्रय के लिये आता है, तो उसके सम्मुख अन्य विभागों की वस्तुयें भी प्रस्तुत की जाती हैं। ग्राहक विभिन्न विभागों में होकर एक प्रमुख विभाग में प्रवेश करता है। इस प्रकार विभिन्न विभागों की सुन्दर-सुन्दर वस्तुयें उसे अपनी ओर आकर्षित करती हैं इससे भी इनकी बिक्री बढ़ जाती है।

वैभागिक भण्डारों के गुण-दोष

गुण :

(१) सस्ती व अच्छी वस्तुओं का क्रय।

(२) विविध किस्मों की उपलब्धि।

(३) ग्राहकों को सब वस्तुयें एक ही स्थान से मिलने की सुविधा।

(४) बिक्री में वृद्धि।

(५) एक विभाग द्वारा दूसरे विभाग का विज्ञापन।

(६) व्ययों में बचत।

(७) विशेषज्ञों द्वारा कार्य का सम्पादन।

दोष :

(१) मध्यवर्ती स्थिति के कारण दूरस्थ ग्राहकों को असुविधा।

(२) विशाल पूँजी की आवश्यकता।

(३) केवल धनी वर्ग द्वारा ही क्रय।

(४) ग्राहकों की आयमगत में कमी।

(५) विविधता के कारण हानि सम्भावना।

(६) निशुल्क सुविधाओं से व्यय में वृद्धि।

(७) केवल धनीमान्नी ग्राहकों पर ध्यान।

(८) कुशल कर्मचारियों का अभाव।

करता है। जब कोई भी ग्राहक किसी प्रमुख वस्तु के क्रय के लिये आता है, तो उसके सम्मुख अन्य विभागों की वस्तुयें भी प्रस्तुत की जाती हैं। ग्राहक विभिन्न विभागों में होकर एक प्रमुख विभाग में प्रवेश करता है। इस प्रकार विभिन्न विभागों की सुन्दर-सुन्दर वस्तुयें उसे अपनी ओर आकर्षित करती हैं इससे भी इनकी बिक्री बढ़ जाती है।

(६) व्ययों में बचत—वस्तुओं के क्रय-विक्रय, व्यवस्थापन एवं विज्ञापन आदि कार्य बहु प्रमाण पर होने के कारण इनके व्यय में प्रतियोगिता होती है।

(७) विशेषज्ञों द्वारा कार्य का सम्पादन—इन भण्डारों में प्रायः समस्त कार्य विशेषज्ञों द्वारा किये जाते हैं, अतः प्रत्येक कार्य सर्वश्रेष्ठ, लाभदायक तथा उच्च कोटि का होता है।

वैभागिक भण्डार की हानियाँ

उपर्युक्त लाभ होते हुए भी विभागीय भण्डार में निम्न दोष हैं :—

(१) मध्यवर्ती स्थिति के कारण दूर के ग्राहकों को असुविधा—ऐसे भण्डार प्रायः शहर के मध्य में स्थित होते हैं, जहाँ पर दूर के ग्राहक का जाना सम्भव नहीं होता, इस कारण वे अपने निजी क्षेत्र की दुकानों से ही अपनी आवश्यकताओं की सन्तुष्टि कर लेते हैं क्योंकि छोटा फुटकर विक्रेता ग्राहकों को अधिक सुविधायें देता है।

(२) विशाल पूँजी की आवश्यकता—इनके लिये आकर्षक विशाल भवन की आवश्यकता होती है, बड़ी मात्रा में पूँजी तथा माल की जरूरत पड़ती है तथा अनेक कर्मचारियों की नियुक्ति करनी पड़ती है। साधारण व्यक्ति के लिये प्रायः इतनी पूँजी एकत्रित करना कठिन हो जाता है।

(३) केवल धनी वर्ग द्वारा ही क्रय—इस प्रकार के व्यापार में प्रायः व्यय अधिक होने के कारण वस्तुओं का मूल्य अधिक बढ़ जाता है, अतः गरीबों की सख्या भी कम होती है, केवल धनी वर्ग ही यहाँ आने का साहस कर सकते हैं।

(४) ग्राहकों की आवश्यकता में कमी—ऐसे भण्डारों को सदैव लाभ नहीं होना। ये ग्राहकों की आवश्यकता उतनी मात्रा में नहीं करते, जितनी कि फुटकर विक्रेता किया करता है। इसका बड़ा बुरा प्रभाव पड़ता है। एक बार जाने के बाद ग्राहक पुनः वहाँ आने का नाम भी नहीं लेते।

(५) विविधता के कारण होने की संभावना—कुछ विभाग ऐसे होते हैं जिन्हें विविधता बनाये रखने के लिए हानि पर ही चलाया जाता है, इस प्रकार लाभ में कमी आती है।

(६) निशुल्क सुविधाओं से व्यय में वृद्धि—इन विभागों में अनेक निशुल्क सुविधायें दी जाती हैं, जिनसे व्यय और भी बढ़ जाता है तथा लाभ की मात्रा घट जाती है।

(७) केवल धनी माने ग्राहकों पर ध्यान—इनमें केवल धनी-माने ग्राहकों की ओर ही ध्यान दिया जाता है, छोटे-मोटे ग्राहकों की चिन्ता नहीं की जाती, अतः वे वहाँ आना भी पसन्द नहीं करते।

(८) कुशल कर्मचारियों का अभाव—अधिक पूँजी के प्रतिरिक्त इन भण्डारों के लिये अधिक कार्य कुशलता की भी आवश्यकता होती है यही कारण है कि हमारे देश में ऐसे भण्डार अधिक प्रचलित नहीं हैं।

(अ) बहु-विक्रयशालायें अथवा शृंखलाबद्ध दुकानें (Multiple or Chain Shops)

परिभाषा

बहु-विक्रयशालाओं या शृंखलाबद्ध भण्डारों की प्रणाली व्यापार की यह पद्धति है जिसमें बहुत सी दुकानें एक ही प्रबन्ध के अन्तर्गत एक ही प्रकार का सामान विक्रय करती हैं। इसका उद्देश्य सब मध्यस्थों को हटाकर उपभोक्ता से प्रत्यक्ष सम्बन्ध स्थापित करना होता है। दुकानें बड़े शहर के कई भागों में तथा राज्य या देश के विभिन्न नगरों में खोली जाती हैं। इन दुकानों में केवल वही वस्तुएँ विक्रयी हैं जो इनका सूत्रधार उत्पादक बनाता है। ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये कुछ अन्य वस्तुएँ भी रखी जाती हैं। इन दुकानों में एकमी मत्रावट, एकमी किस्म तथा समान मूल्य एवं समान व्यवस्था पाई जाती है। इस समानता के ही कारण ग्राहक स्वभाविक रूप से इनकी ओर आकर्षित हो जाते हैं। हमारे देश में इस प्रणाली के सर्वश्रेष्ठ उदाहरण बाटा शू कम्पनी, सिगर स्वीडिश मशीन तथा उपा मशीन की दुकानें हैं। इनके अतिरिक्त एल्लिन मिल्स कानपुर, जे० सी० मिल्स खालियर तथा दिल्ली बटाय मिल्स दिल्ली ने भी, अपनी दुकानें खोलकर इस प्रकार का आयोजन किया है।

शृंखलाबद्ध दुकानों के तीन भेद

शृंखलाबद्ध दुकानों को भी निम्न तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है —

(१) निश्चित क्षेत्र वाली दुकानें—जो केवल एक निश्चित क्षेत्र में ही अपना व्यापार सीमित रखती हैं, जैसे—जे० सी० मिल्स बिरतानगर की खालियर, लरकर तथा मुरार की विक्रयशालायें अथवा एल्लिन मिल्स कानपुर की कानपुर शहर की दुकानें।

(२) एक विक्रय संगठन वाली दुकानें—जो विभिन्न जिलों का एक विक्रय संगठन रखती हैं जिसके अधीन उस जिले की समस्त विक्रयशालायें रहती हैं, जैसे—बाटा शू कम्पनी की विक्रयशालायें।

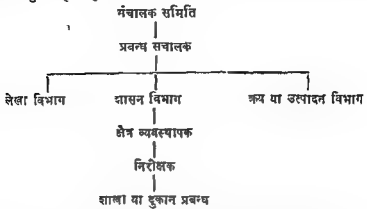
(३) विभिन्न शाखाओं वाली दुकानें—जिनकी विभिन्न शाखायें होती हैं, किन्तु उनके व्यवस्थापकों को क्रय-विक्रय के सम्बन्ध में पूर्ण स्वतंत्रता रहती है। मुख्य कार्यालय द्वारा वे मारा सामान खरीदती हैं।

इन व्यापारिक संस्थाओं का विकास इंग्लैंड तथा अमेरिका में बहुत हुआ है, वहाँ लगभग २५% फुटकर व्यापार शृंखलाबद्ध दुकानों के ही अधिकांश में है। भारत में इनका विकास अब धीरे-धीरे हो रहा है।

बहु-विक्रयशालाओं का संगठन

यह व्यापार प्रायः संयुक्त पूँजी वाली कम्पनियों द्वारा चलता है। इनका संगठन

भी विभाजित स्टोर की भांति कम्पनियों द्वारा चलता है। साधारणतया इनकी व्यवस्था निम्न चित्र के अनुसार होती है—



प्रत्येक दुकान की देख-रेख और व्यवस्था के लिए एक दुकान प्रबन्धक की नियुक्ति होती है। हर दुकान में उसके नीचे बहुत से विक्रेता होते हैं जो उपभोक्ताओं के सम्पर्क में आते हैं और उनका सामान बेचते हैं। दुकानों में अधिकतर सामान नगद बेचा जाता है। प्रति दिन बिक्री की रकम बैंक में जमा करा दी जाती है। शाखा कर्मचारियों का वेतन एवं अन्य व्यय मुख्य कार्यालय द्वारा दिये जाते हैं। इस प्रकार शाखाओं में अधिक हिमाव-किनाव रखने की आवश्यकता नहीं पड़ती और मारा कार्य मुख्य कार्यालय के लेखा विभाग द्वारा होना है। शाखा प्रबन्धक मुख्य कार्यालय को समय समय पर अपनी शाखा के विषय की सूचना देता रहता है। मारे स्थान को, जहाँ-जहाँ दुकानें खोली जाती हैं, क्षेत्रों में बाँट दिया जाता है। क्षेत्र का अधिकारी क्षेत्र-व्यवस्थापक कहलाता है, जो क्षेत्र निरीक्षकों की सहायता से दुकानों का निरीक्षण करता है और अपनी रिपोर्ट प्रबन्ध-संचालक को प्रस्तुत करता है। इस प्रकार प्रबन्ध संचालक शृङ्खला भण्डार का सबसे उच्च अधिकारी है जिसका भण्डार के शासन क्रम और लेखा विभागों पर पूर्ण अधिकार होता है।

विभाजित स्टोर्स और शृङ्खला भण्डार की तुलना

विभाजित स्टोर्स और शृङ्खला भण्डार में अन्तर की मुख्य बातें निम्नलिखित हैं—

विभाजित स्टोर्स	शृङ्खला भण्डार
(१) ये ग्राहकों की प्रायः सभी आवश्यकताएँ पूरी करते हैं।	(१) ये प्रमुखतः उसी वस्तु में व्यापार करते हैं जो उनका सूत्रार उत्पादक बनाता है। ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए वे अन्य वस्तुएँ भी रखते हैं, परन्तु वे वस्तुएँ सत्या में थोड़ी ही होती हैं।

- | | |
|---|---|
| <p>(२) इनमें ग्राहकों की सुविधा, भण्डार की समक-दमक और बहुमूल्य वस्तुएं बेचने की व्यवस्था रहती है।</p> <p>(३) यह स्टोर किसी खास स्थान में स्थापित किया जाता है और इस बात की कोशिश की जाती है कि ग्राहक उनकी ओर आकर्षित हों।</p> <p>(४) यह फुटकर व्यापारियों द्वारा स्थापित किया गया व्यापारिक संगठन है।</p> <p>(५) इसकी स्थापना विशेषतः घनिक वर्ग की सुविधा के लिए की जाती है।</p> <p>(६) इसकी स्थापना के लिए बहुत अधिक पूँजी की आवश्यकता होती है।</p> <p>(७) इनकी सारी पूँजी एक ही स्थान पर लगी रहती है और इनकी उन्नति एक निश्चित क्षेत्र पर ही निर्भर करती है।</p> | <p>(२) इनमें दुकान की एकरूपता, विकेन्द्रीकरण और साधारण वस्तुएं बेचने की व्यवस्था रहती है।</p> <p>(३) ये उसी शहर में और देश में चारों ओर छिटके रहते हैं। इनकी यह चेष्टा रहती है कि वे यथासम्भव ग्राहकों के समीप पहुँचे।</p> <p>(४) यह उत्पादक द्वारा स्थापित किया जाता है।</p> <p>(५) यह साधारण जनता की भलाई के लिए है।</p> <p>(६) इसकी स्थापना में विशेष व्यय नहीं होता।</p> <p>(७) इनकी पूँजी विभिन्न स्थानों पर लगी होती है और इनकी उन्नति किसी एक क्षेत्र पर निर्भर नहीं करती। एक दुकान में हुई हानि दूसरी से पूरी हो सकती है।</p> |
|---|---|

भृङ्गला भण्डार के गुण एवं दोष

बहु विक्रयशालाओं के लाभ

(१) उपभोक्ताओं को सस्ती वस्तुयें मिलना—इस पद्धति द्वारा सभी वस्तुयें अधिक मात्रा में ही खरीदी या निर्माण की जाती हैं, इसमें उपभोक्ताओं को सस्ते मूल्य पर वस्तुयें मिल सकती हैं।

(२) विदेशों की नियुक्ति का लाभ—केन्द्रीय कार्यालय में मंत्र प्रसार के विदेशों को नियुक्त करना सम्भव हो जाता है और उनकी सेवाओं का अधिक में अधिक लाभ उठाया जाता है।

(३) मध्यस्थ-लाभ की बचत—मध्यस्थों को दिए जाने वाले लाभ की बचत होती है।

(४) सुगमता से पहिचान—प्रत्येक दुकान की व्यवस्था एवं सजावट आदि में एकरूपता होने के कारण ग्राहक उन दुकानों को सुगमता से पहिचान लेता है तथा एक दुकान की खोपट्टी का लाभ दूसरी दुकानों भी उठाया करती हैं।

(५) विशेषण व्यय में बचत—सभी दुकानों का विज्ञापन एक साथ होने के कारण बचत हो जाती है।

(६) वस्तुओं का संग्रह रखने में बचत—इन दुकानों के द्वारा सूचना भेजते ही वस्तुओं की पूर्ण केन्द्रीय भण्डार में हो जाती है, इसलिए इन्हें वस्तुओं का संग्रह रखने की आवश्यकता नहीं होती और न अधिक व्यापारिक स्थान ही घेरना पड़ता है।

बहु-विक्रयशालाओं अथवा
शृङ्खला भंडारों के गुरु-दोष

गुरु

(१) उपयोक्ताओं की सस्ती वस्तुएं मिलना ।

(२) विशेषज्ञों की नियुक्ति का लाभ ।

(३) मत्स्य लाभ की वचन ।

(४) सुगमता से पहिचान ।

(५) विज्ञापन ध्यय में वचन ।

(६) मूल्य की समानता से जन-विश्वास में वृद्धि ।

(७) वस्तुओं के संग्रहण में वचन ।

(८) बिक्री में वृद्धि ।

(९) ग्राहकों से समीपता ।

दोष

(१) कर्मचारियों में आलस्य भावना ।

(२) व्यक्तिगत ध्यान न दिया जाना ।

(३) साख की सुविधा का अभाव ।

(४) घरों पर सुपूर्वगी नहीं ।

(५) निरीक्षण की आवश्यकता ।

(६) व्यक्तिगत रुचियों की पूर्ति नहीं ।

जाना—ऐसी दुकानों में ग्राहक की ओर व्यक्तिगत ध्यान नहीं दिया जाता ।

(३) साख की सुविधा का अभाव—व्यापार में साख अधिक प्रचलित है, किंतु ये दुकानें उधार सामान नहीं देती ।

(४) घरों पर सुपूर्वगी नहीं—इनमें ग्राहकों के घरों पर सुपूर्वगी का प्रबन्ध नहीं होता ।

(५) निरीक्षण की आवश्यकता—इन शालाओं की व्यवस्था में बड़ी कठिनाई होती है । कर्मचारियों के नार्थ पर निरीक्षण रखना पड़ता है । उनके सुस्त तथा प्रयोग्य होने पर भारी दुकान तथा समस्त व्यापार कुप्रभावित होता है ।

(६) व्यक्तिगत रुचियों की पूर्ति नहीं—समस्त दुकानों की समान व्यवस्था होने के कारण स्थानीय ग्राहकों की व्यक्तिगत रुचि पूरी नहीं हो पाती ।

शृङ्खलाबद्ध दुकानों की अन्तर व्यवस्था :

(१) अनता की पहुँच के भीतर स्थिति होना—शृङ्खलाबद्ध-विक्रयशालाओं में

(७) समान मूल्य से जन-विश्वास में वृद्धि—इसके साथ ही इनकी वस्तुओं के मूल्य सभी दुकानों पर समान होते हैं, जिससे जनता के मस्तिष्क में इनके प्रति विश्वास अधिक दृढ़ हो जाता है तथा इनकी ग्राहक सरया भी बढ जाती है ।

(८) बिक्री में वृद्धि—जो मामान एक दुकान पर नहीं बिकता वह दूसरी पर भेजा जा सकता है, जहाँ उसके बिकने की अधिक आशा होती है ।

(९) ग्राहकों से समीपता—ऐसी दुकानें ग्राहकों के निवास-स्थान से अधिक निकट होती हैं, अतः उनको सामान खरीदने के लिए नहीं जाना पड़ता ।

बहु-विक्रयशालाओं के दोष

(१) कर्मचारियों में आलस्य-भावना—इनके कर्मचारी व्यापार बढ़ाने के लिए न तो ध्यान देते हैं और न उतना परिश्रम ही करते हैं, जितना कि छोटे-छोटे व्यापारी अपनी विक्रय वृद्धि के लिए करते हैं ।

(२) व्यक्तिगत ध्यान न दिया

साधारण जनसाधारण के उपयोग की वस्तुओं का विक्रय होता है, अतः इन दुकानों की अन्तर-व्यवस्था ऐसी होनी चाहिए जो जन-साधारण की अपनी ओर मोहित कर सके। इस दृष्टि से इन दुकानों की स्थिति ऐसे स्थान पर होनी चाहिए जहाँ सर्व-साधारण जनता की पहुँच सुगमता से हो तथा जहाँ प्रतिदिन सहस्रों की संख्या में लोग आते-जाते हों।

शृङ्खलाबद्ध दुकानों की अन्तर-व्यवस्था से सम्बन्धित ४ बातें

- (१) स्थिति जनता की पहुँच के भीतर हो।
- (२) दुकानों की सजावट में समानता हो।
- (३) द्वार-शोभन एवं काउन्टर शोभन पर पर्याप्त ध्यान दिया जाय।
- (४) एक मूल्य पद्धति एवं गुप्त अकों का प्रयोग।

(२) दुकानों की सजावट में समानता—शृङ्खलाबद्ध दुकानों की सजावट प्रायः सब जगह समान होती है। इस प्रकार की दुकानों का भवन भी प्रायः समान ही होता है। अतः कभी कभी भवन में समानता लाने के लिए दुकान के स्वामियों में भवन में आवश्यक परिवर्तन भी कराये जाते हैं। उदाहरण के लिए बाटा झू कम्पनी की दुकानें साधारणतः प्रत्येक नगर में एक ही प्रकार की होती हैं। इसी प्रकार वर्मा गैल कम्पनी के पैट्रोन टैंक भी प्रायः समान ही होते हैं।

(३) द्वार-शोभन एवं काउन्टर शोभा—दुकान में फर्नीचर आदि का आयोजन इस प्रकार होना चाहिए कि द्वार-शोभन अथवा काउन्टर की शोभा में किसी प्रकार भी बाधा न पड़े। दुकान के भीतर प्रत्येक वस्तु का प्रदर्शन इस प्रकार करना चाहिए कि ग्राहकों का ध्यान उन पर स्वभावतः पड़े। इस प्रकार यदि समान दग से सभी दुकानों की सजावट एवं अन्तर-व्यवस्था की जाय, तो एक दुकान का ग्राहक अन्य नगरों में भी उसकी दूसरी शृङ्खलाबद्ध दुकान से आकर्षित हो जाएगा तथा समानता होने के कारण उसे सुगमता से पहिचान सकेगा। इसने अतिरिक्त यथामय मोसमी परिवर्तन के अनुसार ग्राहकों की शीतकालीन तथा उष्णकालीन आवश्यकताओं तथा सुविधाओं का भी आयोजन किया जाना चाहिए।

द्वार की शोभा को बढ़ाने के लिए एक ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करने के उद्देश्य से आजकल विविध प्रकार के विद्युत-प्रकाशों का आयोजन किया जाता है। आजकल मर्करी-ट्यूब्स (Mercury Tubes) का प्रचार अधिक हो रहा है। इनका प्रकाश आँखों को अगहनीय न होते हुए वस्तुओं के प्रदर्शन को अधिक प्रभावी एवं चित्ताकर्षक बना देता है। विदेशों में आजकल प्रकाश के नये-नये साधनों का आयोजन किया जा रहा है, जैसे—गुप्त प्रकाश किरणों का आयोजन। अमेरिका तथा योरोपीय देशों में इनका अधिक प्रयोग हो रहा है। सुशोभन करने से दुकान की शोभा बढ़ती है, विक्रय में वृद्धि होती है तथा विक्रेता को भी ग्राहक की अधिक सेवा करना सुगम हो जाता है।

(४) एक मूल्य पद्धति एवं गुप्त अंशों का प्रयोग—शृङ्खलाबद्ध दुकानों में वस्तुओं के मूल्य सम्बन्ध में 'एक मूल्य पद्धति' (One-Price-System) का प्रचलन किया जाता है, जिससे ग्राहकों को मोल-भाव नहीं करना पड़ता तथा विक्रेता को भी सुविधा होती है, क्योंकि उसका (एक ग्राहक का भी) व्यर्थ समय नष्ट नहीं होता। वचे हुये समय में वह अपने अन्य ग्राहकों की ओर अधिक ध्यान दे सकता है। इसी उद्देश्य में विभिन्न वस्तुओं पर मूल्य-दर्शक पत्र लगा दिये जाते हैं। कभी-कभी वस्तुओं का मूल्य मुद्रा को इकाइयों में (जैसे ५ रु०) न लिखकर गुप्त अङ्कों (Cypher Figures) में लिखा जाता है। ऐसे गुप्तांशों का प्रयोग प्रायः उस व्यापार में किया जाता है जिनमें मोल-भाव किये बिना ग्राहक को संतोष नहीं होता, जैसे—हीरे, जवाहरात आदि बहु-मूल्य वस्तुओं के क्रय के सम्बन्ध में। इन गुप्तांशों से विक्रेता को वस्तु का उचित मूल्य ज्ञात हो जाता है और वह उससे नीचे वस्तु नहीं बेचता परन्तु ग्राहकों को वास्तविक मूल्य का ज्ञान नहीं हो पाता, अतः वह उनको मूल्य बताते समय मोल-भाव के लिए पर्याप्त गुंजाइश रखता है।

(इ) डाक-द्वारा-व्यापार

(Mail Order Business)

परिभाषा एवं उद्देश्य

डाक द्वारा विक्रय (Shopping by Post) का साधारणतया यही अर्थ होता है कि ग्राहक अपनी आवश्यक वस्तुओं के लिये डाक द्वारा व्यापारी को आदेश भेजते हैं और व्यापारीगण भी डाक द्वारा ही वस्तुएँ भेजते हैं। इस प्रकार क्रय-विक्रय एवं भुगतान सब कुछ डाक द्वारा ही होता है। इस व्यापार में ग्राहकों को वस्तु का परिचय समाचार-पत्रों में विज्ञापन भेजकर अथवा डाक द्वारा पत्र भेजकर कराया जाता है। इस पद्धति में क्रेता-विक्रेता एक दूसरे को व्यक्तिगत रूप में नहीं जानते। डाकखाने द्वारा ही इन दोनों का सम्बन्ध स्थापित होता है। इसका मुख्य उद्देश्य विपणन की कठिनाई से मध्यस्थों को हटाना है। प्रायः निर्माता इस प्रकार का व्यापार करके अपना सामान सीधे उपभोक्ता को भेजते हैं। यह व्यापार वैभागिक अट्टारों द्वारा तथा अन्य फुटकर विक्रेताओं द्वारा भी किया जाता है। इस प्रकार के व्यापार का जन्म सर्वप्रथम अमेरिका में हुआ। यातायात के साधनों की उन्नति के साथ-साथ डाक द्वारा व्यापार भी धीरे धीरे प्रत्येक देश में उन्नति करता आ रहा है।

डाक द्वारा व्यापार की लोकप्रियता के कारण

(१) डाक द्वारा व्यापार की लोकप्रियता का मुख्य कारण विज्ञापन-पद्धति के प्रचार का अपनाना है। (२) रहन-सहन के स्तर में प्रगति भी इसका एक कारण है, जिससे कितने ही ग्रामीण लोग जिन वस्तुओं को अपने गाँव की दुकानों पर नहीं पाते, उन्हें वे डाक द्वारा आदेश भेजकर भंगा लेते हैं। (३) डाक से व्यापार प्रणाली के द्वारा निर्मातागण स्वयं अपने विज्ञापन द्वारा वस्तुओं का विक्रय कर सकते हैं। उन्हें मध्यस्थों

की चिन्ता नहीं करनी पड़ती। (४) इस पद्धति के अन्तर्गत उपभोक्ताओं की बड़ी सुगमता से वस्तुयें मिल जाती हैं।

संगठन एवं व्यवस्था

डाक द्वारा व्यापार के लिये न तो द्वार-शोभन और न अन्तर-शोभन की

डाक द्वारा व्यापार का संचालन

(१) यह घर से ही चलाया जा सकता है।

(२) P. O Box प्रणाली अपनाई जाती है।

(३) अधिक पूँजी या माल रखने की आवश्यकता नहीं है।

(४) कुशल विज्ञापन विशेषज्ञ रखे जाते हैं।

(५) व्यवस्थापक को परिश्रमी व कार्य कुशल होना चाहिये।

(६) ग्राहकों की नवीनतम सूची तैयार रखी जाती है।

(७) नियमित रूप से ग्राहकों को विक्रय साहित्य भेजना चाहिए।

(८) वस्तुयें प्रमाणित व श्रेणी बद्ध होनी चाहिए।

आवश्यकता होती है क्योंकि इस पद्धति के अन्तर्गत ग्राहकों की व्यक्तिगत रूप से आकर्षित करने की आवश्यकता नहीं पड़ती। यहाँ व्यवस्थापक केवल अपने घर बैठकर ही व्यापार चला सकता है। यदि किसी कारणवश वह अपने प्रापको प्रकट करना न चाहे तथा अपने निवास स्थान को भी गुप्त रखना चाहे तो वह P O Box प्रणाली के अनुसार अपने पत्र P O Box No द्वारा भेजवा सकता है इस प्रकार व्यापार प्रारम्भ करने के लिये न तो अधिक पूँजी की आवश्यकता है और न अधिक मात्रा में माल रखने की ही आवश्यकता है। आवश्यकता है केवल एक कार्यालय, साधारण भण्डारगृह तथा विज्ञापन की। व्यवस्थापक को परिश्रमी, कार्य कुशल एवं सकल विज्ञापक होना चाहिए। कार्यालय में विभिन्न कर्मचारी रहते हैं, जो दैनिक पत्र-व्यवहार की देख-रेख करते रहते हैं।

यही नहीं नियमित डाक द्वारा पुराने एवं

मरम्माव्य ग्राहकों से सम्पर्क रखा जाता है। विज्ञापन आदि के कार्यों के लिए विज्ञापन-विशेषज्ञ रहते हैं, जो ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये नये-नये विज्ञापन निकाला करते हैं। विज्ञापन थोड़े से समय में सुन्दर, आकर्षित तथा उम वस्तु के विषय में अधिक में अधिक सूचना देने वाला होना चाहिए। विज्ञापन इतना चुम्बकीय हो कि उसे पढ़ने वाला व्यक्ति यह समझे कि “अमुक वस्तु को ही खरीदना चाहिए” अथवा “उसको खरीदे बिना काम ही नहीं चल सकता।” सफल एवं प्रभावी विज्ञापन ही इस पद्धति के व्यापार की आधारशिला है।

ऐसा व्यापार प्रारम्भ करने में सर्वप्रथम व्यवस्थापक को उन समस्त ग्राहकों की एक सूची तैयार करनी चाहिये, जो उसके माल को खरीदने के लिये तैयार हों। एक व्यवस्थापक विभिन्न प्रकार की वस्तुओं में व्यापार कर सकता है। प्रत्येक वस्तु

के विक्रेताओं की एक सूची तैयार की जाती है। ग्राहकों के नाम टेलीफोन, टायरेक्टर, मोटर मालिकों की सूची, ट्रेड टाइरेक्टर, भारतीय इयर-बुक आदि से एकत्रित किये जा सकते हैं। इसी सूची को समय-समय पर दुहराते रहना चाहिये। जिन ग्राहकों से पत्र-विज्ञापन आदि भेजने पर भी कोई उत्तर न मिले, उनका नाम डाक-सूची (Mailing List) से काट देना चाहिए तथा नए सम्भाव्य ग्राहकों के नाम जोड़े जा सकते हैं। अमेरिका में इस डाक सूची को अत्यन्त सुरक्षित रखा जाता है, क्योंकि इसी के आधार पर वहाँ बड़े-बड़े फर्म प्रति वर्ष करोड़ों डालरों का व्यापार डाक द्वारा करते हैं।

सूची-पत्र जो डाक द्वारा ग्राहकों को भेजे जाये उनका आकार उपयुक्त होना चाहिए। उसे मोड़कर भेजना भी एक कौशलपूर्ण कार्य है। साथ ही उसकी सजावट एवं विवरण लिखने की पद्धति भी अत्यन्त आकर्षक होनी चाहिए। यदि इस व्यापार में सफलता प्राप्त करनी है तो वस्तु उत्पादन, कामज, छपाई, चित्र तथा सूचीपत्र की समस्त सजावट में सक्षमता भी कृपणता नहीं दिखानी चाहिए।

डाक द्वारा व्यापार के लिए अधिक विप्रय होना आवश्यक है, अतः इस व्यापारकर्ता में वस्तुओं के स्वरूप को स्पष्ट, निश्चित एवं सूक्ष्म रूप में उल्लेख करने की योग्यता होनी चाहिए। उसमें ग्राहकों के हृदय में रुचि एवं लालसा जागृत करने की अनोखी निपुणता का होना अत्यावश्यक है।

डाक द्वारा व्यापार केवल उन्हीं वस्तुओं में सम्भव है जिनका प्रमापीकरण तथा श्रेणीयता हो गया है। प्रमापीकरण की दृष्टि से ग्राहक को इस बात का संतोष होता है कि उसे एक निश्चित प्रमाण तथा श्रेणी की तथा विशिष्ट ट्रेडमार्क की वस्तु मिलेगी, वस्तु की किस्म के विषय में उसे चिन्ता नहीं करनी पड़ती। डाक द्वारा व्यापार ऐसी वस्तुओं में सम्भव नहीं होता जिनकी कल्पना क्रेता को उनके वर्णन में नहीं हो सकती। बाल ऐसा होना चाहिए जिसको यातायात में किसी प्रकार की क्षति पहुँचने की आशंका न हो।

भारत में डाक द्वारा व्यापार अधिक लोकप्रिय क्यों नहीं ?

भारत में डाक व्यापार कम लोकप्रिय क्यों ?

- (१) जनता अशिक्षित व अज्ञानी है।
- (२) प्रमापीकरण व श्रेणीयता नहीं हो पाया है।
- (३) विज्ञापन कला में दक्षता का अभाव है।
- (४) यातायात व सदेश वाहन के साधन कम विकसित हैं।

हमारे देश में डाक द्वारा व्यापार अभी अधिक लोकप्रिय नहीं हुआ है, क्योंकि—

(१) जनता की प्रशिक्षा—यहाँ की अधिकांश जनसंख्या अशिक्षित, अज्ञानी एवं सुद्धिवादी है। पत्र-व्यवहार द्वारा क्रय विक्रय की प्रणाली से वे परिचित नहीं हैं।

(२) अविकसित यातायात व सदेश वाहन—यातायात एवं सदेशवाहन के साधनों की भी अभी उसनी प्रगति नहीं हुई है, जितनी पार्श्व देशों में।

डाक द्वारा व्यापार के लाभ-हानि लाभ

(I) ग्राहकों को लाभ—

- (१) घर पर ही वस्तुओं की प्राप्ति ।
- (२) सस्ती वस्तुयें मिलना ।
- (३) प्रामाणिक मास मिलने का विश्वास ।

(II) व्यवस्थापक को लाभ—

- (१) सजावट आदि की आवश्यकता नहीं ।
- (२) विक्रेताओं के वेतन में बचत ।
- (३) श्रम खूबने का डर नहीं ।
- (४) विस्तृत कार्य-क्षेत्र ।
- (५) ग्राहकों को अधिक कमीशन ।
- (६) वस्तुओं के सग्रह व पूँजी में बचत ।
- (७) कुशल विज्ञापन ।

हानियाँ :

- (१) माल परखने का अवसर नहीं ।
- (२) व्यक्तिगत सम्पर्क का अभाव ।
- (३) उधार की सुविधा नहीं ।
- (४) ठगे जाने का भय ।
- (५) बार-बार पत्र लिखने की आवश्यकता ।
- (६) सामान मिलने में देरी ।
- (७) अनपढ़ ग्राहकों के लिये बेकार ।
- (८) कम प्रभावशाली ।
- (९) व्यक्तिगत रुचि पर ध्यान नहीं ।

की अपेक्षा यहाँ वस्तु सस्ती भी मिल जाती है ।

(३) प्रमापीकरण व धोखेयन की कमी—कृषि-प्रधान होने के कारण यहाँ कृषि वस्तुओं का अधिक उत्पादन होता है, जो डाक द्वारा नहीं बेजी जा सकती और जिनका नमूना देखे बिना ग्राहक उनकी मनुचित कल्पना नहीं कर सकता । फिर कृषि सम्बन्धी वस्तुओं का अभी प्रमापीकरण एवं धोखेयन भी पूर्णतः नहीं हुआ है ।

(४) विज्ञापन कला में दक्षता का अभाव—विज्ञापन-कला जो ऐसे व्यापार की आधार मिला है, में भी भारत काफी पिछड़ा है । डाक द्वारा बढ़ते हुए व्यापार को कपटी और धोखेबाज व्यापारियों ने बहुत रोक दिया है । किसी भी व्यक्ति को केवल एक ही बार भोला दिया जा सकता है । जब लोगो ने यह अनुभव किया कि उन्हें एकसा समय देने वाली घड़ियों के विज्ञापन पर अच्युत मूल्य देने पर भी बच्चों की धड़ी मिली अथवा जब समस्त दलों की रामबाण दवा के विज्ञापन पर पानी भरी बोली मिली, तो उनका विश्वास ऐसे विज्ञापनों पर से हट गया और डाक द्वारा व्यापार की प्रगति धीमी पड़ गई ।

डाक-द्वारा व्यापार के लाभ

ग्राहकों को लाभ —

(१) घर पर ही वस्तु की प्राप्ति—ग्राहकों को वस्तु लेने के लिए स्वयं नहीं जाना पड़ता, डाक द्वारा वस्तु ही उसके घर तक आ जाती है ।

(२) सस्ती वस्तुयें मिलना—प्रतियोगिता के कारण ग्राहक को अन्य पद्धतियों

(३) प्रामाणिक माल मिलने का विश्वास—डाक द्वारा क्रय की दशा में ग्राहक को यह विश्वास हो जाता है कि माल प्रामाणिक होगा। दुकान पर कम करने की दशा में किसी समय चुनाव करने के कारण वस्तु का खराब एवं कम उपयोगी होना सम्भव हो सकता है।

व्यवस्थापक को लाभ :—

(१) सजावट आदि की आवश्यकता नहीं—व्यापारी का कीमती दुकान और सजावट आदि की आवश्यकता नहीं पड़ती। उसका कार्यालय कहीं भी हो सकता है।

(२) बिक्रेताओं के वेतन की बचत—उसको बिक्रेताओं की आवश्यकता भी नहीं होती और इस कारण उनके वेतन, कमीशन आदि पर खर्चा नहीं करना पड़ता।

(३) ज़रूरी डूबने का डर नहीं—नकद व्यापार करने के कारण खपटा मारे जाने का डर भी नहीं रहता।

(४) विस्तृत कार्यक्षेत्र—अहाँ तक डाक जा सकती है वहाँ तक व्यापारी भी अपनी वस्तुएँ और विज्ञापन भेज सकते हैं। इस प्रकार उनका कार्य-क्षेत्र काफी विस्तृत हो जाता है।

(५) ग्राहकों को अधिक कमीशन—ये लोग निर्माता, थोक बिक्रेता और फुटकर बिक्रेताओं से स्वतन्त्र रहते हैं, ग्राहक को अधिक कमीशन दे सकते हैं।

(६) वस्तुओं के सग्रह व पूँजी में बचत—इस प्रकार के व्यापार में वस्तुओं का बहुत सग्रह नहीं करना पड़ता। कम पड़ने पर बिना ग्राहक के जाने ही उत्पादक से माल प्राप्त किया जा सकता है। इस प्रकार वे कम पूँजी से भी काम चला सकते हैं।

(७) कुशल विज्ञापन—वे विज्ञापन भी बड़ी कुशलता के साथ करते हैं, क्योंकि इनका तो व्यापार ही विज्ञापन पर निर्भर है।

बोध :

(१) सामान देखने का अवसर नहीं—ग्राहकों को सामान देखभाल कर लेने की सुविधा नहीं होती।

(२) व्यक्तिगत सम्पर्क का अभाव—डाक द्वारा माल भेजाने में ग्राहक, यह भी नहीं जान पाते कि वे किस व्यक्ति से व्यवहार कर रहे हैं।

(३) उधार की सुविधा नहीं—ग्राहकों को कोई वस्तु उधार नहीं मिल सकती।

(४) ठगे जाने का मय—वे लोग कभी-कभी भूठे और चालबाज लोगों के बगुल में पँस जाते हैं जो भूठे प्रचार से जनता को काँसने की कोशिश करते हैं।

(५) बार-बार पत्र लिखने की आवश्यकता—यदि ग्राहक वस्तु की उपयोगिता या गुण के बारे में कुछ पूँछना चाहे तो बार-बार पत्र लिखना पड़ता है।

(६) सामान मिलने में देरी—उनको सामान मिलने में भी देरी होती है, क्योंकि आदेश भेजने तथा सामान प्राप्त करने में काफी समय लगता है।

(७) अनपढ़ ग्राहकों के लिये बेकार—अनपढ़ ग्राहकों के लिये यह पद्धति बेकार है।

(८) कम प्रभावशाली—व्यापारी चाहें जितना प्रयत्न करे वह विज्ञापन तथा सूची-पत्र के द्वारा उनका प्रभाव उत्पन्न नहीं कर सकता जो ग्राहक पर वस्तु को दबन-मालने से सहज ही हो जायगा।

(९) व्यक्तिगत रुचि पर ध्यान नहीं—व्यापारी के लिये यह असम्भव है कि वह हर प्रकार के ग्राहक की रुचि का ख्याल रख सके, इसलिए उसने ग्राहक अधिक नहीं बढ़े।

डाक द्वारा व्यापार की सफलता के लिये आवश्यक बातें

(१) जनसंख्या बिखरी होना—ऐसी दशा में प्रत्येक के लिये किसी दुकान

<p>डाक द्वारा व्यापार की सफलता के लिये ६ बातें</p> <p>(१) जनसंख्या का बिखरी होना।</p> <p>(२) ग्राहकों का विश्वास सम्पादन करना।</p> <p>(३) बाजार की अपेक्षा कम मूल्य पर वस्तु देना।</p> <p>(४) पर्याप्त मात्रा में आदेश मिलना।</p> <p>(५) सुन्दर ढग से विज्ञापन करना।</p> <p>(६) ग्राहकों से नियमित सम्पर्क।</p>	<p>तक पहुँचना आसान न होगा। उदाहरण के लिए, नव स्थापित शहरी कोलोनीयों में वस्तुओं की दुकानें सुनभ नहीं हैं, अतः यहाँ के लोग डाक द्वारा व्यापार पर सुविधा ही निर्भर हो जाते हैं।</p> <p>(२) ग्राहकों का विश्वास पाना—जनता का विश्वास सम्पादन करने के लिए कमी-कमी ग्राहकों के अननुप्राप्त होने पर वस्तुओं की कीमत डाक द्वारा सहित छोटा देनी चाहिए, उन्हें खास तौर से इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि उनकी वस्तुएँ विज्ञापन में की गई घोषणा के समान ही सुन्दर हों।</p>
---	---

(३) बाजार की अपेक्षा कम मूल्य पर वस्तु मिलना—इस प्रकार से माल बेचने के लिये साधारणतः कम मूल्य का आकर्षण अधिक काम का सिद्ध होता है। प्रायः सूची-पत्र आदि में लिखे हुए मूल्य की ओर स्थानीय बाजार में जाकर मिलाते हैं और जब मूल्य बाजार से सम्मान्य होता है अथवा बाजार-में वे वस्तुएँ उस मूल्य पर नहीं मिलती तब वे डाक द्वारा आदेश देकर वस्तुएँ मँगाते हैं।

(४) पर्याप्त मात्रा में आदेश—कम मूल्य पर सेवाएँ तभी सुलभ की जा सकती हैं जब पर्याप्त मात्रा में आदेश प्राप्त किये जा सकते हों।

(५) सुन्दर ढग से विज्ञापन—विज्ञापन अधिक से अधिक सुन्दर ढङ्ग से किया जाये। सूची-पत्र आदि बहुत सुन्दर और मनमोहक छवें होने चाहिए।

(६) ग्राहकों से नियमित सम्पर्क—इस व्यापार में उसी समय अच्छी सफलता मिल सकती है जबकि ग्राहकों से लगातार समाचार प्राप्त किये जायें, उनके पास पत्र भेजे जायें तथा समय की पाबंदी की ओर अच्छी तरह ध्यान दिया जाए।

(ई) एक मूल्य की दुकान

(One Price Shop)

इन दुकानों में समस्त वस्तुओं के मूल्य एक ही होते हैं, अर्थात् विभिन्न वस्तुओं को एक ही मूल्य पर बेचा जाना है। ऐसे व्यापारी 'हर माल मिनेगा चार आने' या इसी प्रकार चिल्ला-चिल्ला कर अपना माल बेचने का प्रयत्न करते हैं। इनका सामान टेलों, चार पहिये वाली गाड़ी या हाथों में ही पल्लड़ों में रहता है। कभी-कभी पटरी पर एक कोने में बैठे हुए भी यह अपना मान बेचते हैं।

एक मूल्य की दुकानों के गुण-दोष

गुण—(१) ग्राहक का ध्यान अपनी ओर आकर्षित करने का यह एक मनो-वैज्ञानिक ढङ्ग है और काफी सफल सिद्ध हुआ है।

(२) यह गरीब जनता के लिए बहुत उपयुक्त है जो विभिन्न प्रकार का सामान तो अपने पास रखना चाहते हैं, परन्तु साधन नहीं होना। इन दुकानों में कम मूल्य होने के कारण वे उन्हें बहुत पसन्द करते हैं।

दोष—(१) इस प्रकृति की दुकानें सस्ते और साधारण सामान के लिए ही खानी जा सकती हैं।

(२) पट्टे-लिले और धनिक वर्ग के व्यक्तियों के लिए ऐसी दुकानें उपयोगी सिद्ध नहीं होतीं। वे लोग इनको नापसन्द करने लगे हैं।

(उ) उपभोक्ता सहकारी स्टोर

(Consumer's Co-operative Store)

उपभोक्ता सहकारी स्टोर से अभिप्रायः उन दुकानों से है जो मध्यस्थों के लाभ से बचने के लिये तथा वस्तुएँ सुगमता से प्राप्त करने के लिए उपभोक्ताओं द्वारा बराबरी के आधार पर मिलकर चलाई जाती हैं—बहुत से उपभोक्ता, जो एक ही वर्ग के व्यक्ति होते हैं जैसे—किसी विद्यालय के विद्यार्थी और अध्यापकगण, किसी मिल या कारखाने के श्रमिक या किसी कार्यालय के क्लर्क आदि में मिलकर एक सहकारी समिति खोल लेते हैं। एक निर्दिष्ट धन देने पर उसका सदस्य बनाया जा सकता है। समिति के प्रबन्ध के लिए एक प्रबन्धक की नियुक्ति कर ली जाती है, जिसे वेतन या कमीशन प्रथम दोनो ही दिया जाता है। सदस्यों की एक समिति इसके कार्यों का निरीक्षण करती है। हर सदस्य एक वोट देने का अधिकारी होता है। ये स्टोर अपने सदस्यों की आवश्यक वस्तुएँ खरीदकर उन्हें बेचते हैं। मध्यजन न होने के कारण उपभोक्ता सस्ते मूल्य पर वस्तुएँ प्राप्त कर लेता है।

उपभोक्ता सहकारी स्टोर के गुण

(१) सस्ती वस्तुएँ मिलना—ये स्टोर निर्माताओं तथा उत्पादकों से बड़ी मात्रा में वस्तु ख़रीदते हैं। इस तरह उनको अन्य उपभोक्ताओं से सामान सस्ता मिल जाता है।

(२) किसी स्थान पर दुकान खोलने की सुविधा—यह किसी भी स्थान पर खोना जा सकता है, क्योंकि यह आशा की जाती है कि इसके सदस्य किसी दूसरे स्थान में सामान न खरीद कर इसी से लेंगे।

उपभोक्ता सहकारी स्टोरों के गुण-दोष

६ गुण

- (१) सस्ती वस्तुयें मिलना।
- (२) किसी भी स्थान पर दुकान खोलना।
- (३) प्रबन्ध-व्यय में मितव्ययिता।
- (४) हिसाब रखने में सुविधा।
- (५) लाभ का विभाजन खरीदारी के आधार पर।
- (६) अच्छी वस्तुयें मिलना।

४ दोष

- (१) प्रबन्ध की अनुपलब्धता।
- (२) शीघ्र निर्णय का अभाव।
- (३) अत्यधिक सदस्यता का दोष।
- (४) कर्मचारियों की स्वार्थ भावना।

(३) प्रबन्ध व्यय बहुत कम—इनमें

प्रबन्ध का खर्च बहुत कम होता है। विज्ञापन तथा विक्रेताओं के रखने की आवश्यकता नहीं होती, क्योंकि ये सदस्यों के आपस के लाभ के लिए होते हैं। इनके प्रबन्ध के लिये कम वेतन पर कम व्यक्तियों की आवश्यकता होती है।

(४) अधिक हिसाब नहीं रखना पड़ता—ये सामान अधिकतर नकद बेचते हैं, इसलिए रकम बूझने का भय नहीं होता और न अधिक हिसाब रखने की जरूरत पड़ती है।

(५) लाभ का विभाजन खरीदारी के आधार पर—सदस्यों में लाभ उनकी खरीदारी के आधार पर बाँटा जाता है, इसलिए हर सदस्य अधिक से अधिक सामान मोल लेता है।

(६) अच्छी वस्तुयें मिलना—इनके द्वारा सदस्यों की अच्छा सामान मुफ्तता से मिल जाता है।

उपभोक्ता सहकारी स्टोर के दोष

(१) प्रबन्ध की अनुपलब्धता—इनके प्रबन्धक अधिक शिक्षित तथा अनुभवी नहीं होते और न मरहद हो शिक्षित तथा अनुभवी व्यक्ति रखने का व्यय उठा सकता है, अतः व्यापार सुचारु रूप में नहीं चल पाता। वे लोग माँग का ठीक प्रस्ताव नहीं लगा पाते। ऐसी वस्तु भरकर रख देते हैं, जिनकी माँग कम होती है और जिस वस्तु की माँग होती है और वह उनके स्टोर में कम होती है।

(२) शीघ्र निर्णय का अभाव—निरीक्षण समिति के सदस्य साधारण बुद्धि वाले होते हैं, अतः किसी कार्य को करने से पहले उस कार्य की सफलता के विषय में उनको मन्तोष दिलाने में काफी समय लगता है और इतने समय में ही कार्य की प्रवृत्ति निकल जाती है।

(३) अत्यधिक सदस्यता—सदस्य संख्या अधिक बढ़ जाने से सहकारिता की भावना दूर हो जाती है।

(४) कर्मचारियों का स्वार्थ—इनके कर्मचारी सदस्यों के हितों की ओर ध्यान न देकर अपने ही हित का अधिक ध्यान रखते हैं।

उपभोक्ता भण्डार के मुख्य लक्षण

(१) सदस्यता पर कोई प्रतिबन्ध नहीं—कोई भी व्यक्ति इन संस्थाओं का सदस्य हो सकता है। सदस्यों द्वारा ही इनकी पूँजी प्राप्त होनी है, जिस पर निश्चित दर से व्याज दिया जाता है।

उपभोक्ता भण्डारों की मुख्य

६ विशेषताये

(१) सदस्यता पर कोई प्रतिबन्ध नहीं

(२) प्रबन्ध में सबको समान अधिकार

(३) नगद बिक्री का नियम।

(४) लाभ का विभाजन वार्षिक क्रय के आधार पर।

(५) कुछ लाभ का धर्मार्थ कार्यों में प्रयोग।

(६) ग्राहकों को विशेष सुविधायें।

(२) प्रबन्ध में समानाधिकार—

इनके प्रबन्ध एवं व्यवस्था में सदस्यों का समान अधिकार होता है। सदस्यगण ही प्रबन्ध की सुविधा के लिये एक कार्य-कारिणी समिति का निर्वाचन करते हैं।

(३) नगद विक्रय—वस्तुओं का विक्रय विपणि मूल्यों पर किया जाता है, तथा सब वस्तुओं का नगद विक्रय ही होता है।

(४) लाभ का विभाजन खरीदारी के अनुसार—सब सदस्यों को उनके वार्षिक क्रय के अनुसार साभाश दिया जाता है।

(५) कुछ लाभ धर्मार्थ कार्यों में लगाना—प्रति वर्ष लाभार्थ का एक निश्चित भाग धर्मार्थ कार्यों के लिए या सदस्यों की शिक्षा के लिए निकाला जाता है।

(६) ग्राहकों को विशेष सुविधायें—अन्य पादचार्य देशों में उपभोक्ता सहकारी संस्थाओं द्वारा ग्राहकों को निम्न सुविधायें प्रदान की जाती हैं —

(अ) उपभोक्ता को अच्छी एवं गुणशाली वस्तुयें दी जाती हैं।

(आ) वस्तुयें कम मूल्य पर दी जाती हैं। इस प्रकार उन्हें लाभ प्रदान करते हुए उनके रहन-सहन के स्तर में उन्नति करने का प्रयत्न किया जाता है।

(इ) मितव्ययिता की वृद्धि करते हुए उन्हें पर्याप्त आर्थिक सहायता भी दी जाती है।

(ई) उपभोक्ताओं के लिए विवेक के साथ खरीदने, पारिवारिक बजट बनाने तथा सामान्य मितव्ययिता की ओर ध्यान देने के लिए इन्होंने पर्याप्त कार्य किया है।

(उ) उपभोक्ताओं के जीवन-स्तर का सुधार करते हुए जनतन्त्रात्मक व्यवस्था से युक्त व्यापार के द्वारा उन्हें सुन्दर नागरिक बनाने का प्रयत्न किया गया है।

(क) सहकारी आन्दोलन द्वारा एकाधिकार, आर्थिक शोषण तथा प्रचिन्न लाभ लेने की प्रवृत्ति को रोका गया है ।

Standard Questions

- 1 What services are rendered by wholesalers to retailers ? Should the wholesalers be eliminated ?
 - 2 Describe briefly the internal organisation of an Indian wholesale firm engaged in any distributive trade
 - 3 Briefly describe the various forms of large-scale business which have become prominent in retail trade. What has been the effect of the increase of multiple shops ?
 - 4 How would you organize a departmental store ? Discuss its prospectus in India
 - 5 What causes have led to the growth of multiple shop system in the retail business ? How is it that this system has not developed in India ?
 - 6 Examine the organisation and merits and demerits of Mail Order Shops. What are the conditions essential for their success ?
-

देशी-व्यापार के सौदे की गति-विधि (Course of a Home Trade Transaction)

प्रारम्भिक—व्यापारिक कार्यों का अधिकांश भाग वस्तुओं के क्रय-विक्रय से सम्बन्ध रखता है। उत्पादक कच्चा माल खरीदता है और निर्मित माल को व्यापारियों को बेचता है। थोक व्यापारी खरीदी हुई वस्तुओं को फुटकर व्यापारियों को बेचता है और फुटकर व्यापारी उपभोक्ताओं को। पिछले अध्याय में हमने आपकी क्रय-विक्रय सम्बन्धी उन बातों का ज्ञान कराया था जिन्हें क्रैता और विक्रेताओं को परस्पर ठह कर लेना चाहिए। प्रस्तुत अध्याय में हम देशी व्यापार के एक सौदे की गति-विधि का वर्णन करेंगे। गति-विधि से आशय उन कार्यों का है जो सौदे के प्रारम्भ से लगा कर उसकी पूर्ति तक सम्बन्धित पक्ष द्वारा किये जाते हैं।

एक देशी व्यापार के सौदे की विभिन्न अवस्थाएँ

(१) मांग की पूछ-ताछ—जब कोई व्यापारी माल खरीदना चाहता है, तो वह माल के सम्बन्ध में कई व्यापारियों या माल बनाने वाली मिलों से पूछ-ताछ करता है। इससे उसे मूल्य, किस्म आदि बातों के मिलान का अवसर मिलता है। जब विक्रेता स्थानिक हो, तब तो पूछ-ताछ जबानी या टेलीफोन पर हो सकती है। नहीं तो पत्र लिख दिये जाते हैं। किन व्यापारियों से पूछ-ताछ की जाय इसका हमें पता न हो तो पड़ोसी व्यापारी, व्यापार प्रदर्शिका (Trade-Directory) जिसमें प्रमुख व्यापारियों के नाम व पते तथा उनके व्यापार का विवरण दिया होता है, नगर के चेम्बर आफ कामर्स (व्यापारियों के हित के लिये बनाये गए संगठन) के सेक्रेटरी से उनके नाम व पते मालूम किये जा सकते हैं।

पूछ-ताछ के पत्र में सभी आवश्यक बातें लिख देनी चाहिए, जैसे—माल की किस्म, सुपुर्दगी का समय, भुगतान की शर्तें आदि जिससे बाद को कोई बात पूछने से न रह जाय। पूछ-ताछ के पत्र द्वारा बेचने वाले व्यापारी से उसकी विस्तृत मूल्य सूची भी माँगी जा सकती है।

(२) निष्कर्ष सेजना—किसी ग्राहक से पूछ-ताछ का पत्र आने पर बेचने वाला व्यापारी अपने भाव भेज देता है। पूछ-ताछ के उत्तर में भेजे गये वस्तु के भावों को

निर्ल (Quotation) कहते हैं। निर्ल के पत्र में यह स्पष्ट लिख देना चाहिए कि किस किस्म का माल कितने परिमाण में कब तक और किस शर्तों पर तथा किस मूल्य पर बेचा जा सकता है। पत्र के साथ माल का नमूना, मूल्य-सूची आदि भी भेजे जा सकते हैं। निर्ल का पत्र भावी सौदे का आधार है। उसके आधार पर ही खरीदने वाला व्यापारी अपनी धारणा बनाता है। उसके पास अनेक व्यापारियों के निर्ल प्राप्त हैं जिनमें से वह केवल किसी एक को स्वीकार करेगा। यह स्पष्ट है कि निर्ल का पत्र बड़ी सावधानी से लिखना चाहिए। ग्राहक द्वारा पूछी गई सब बातों का उत्तर देना तो आवश्यक है ही साथ में उन बातों को भी लिखा जा सकता है जिन्हें हम अपनी ओर से आवश्यक समझते हों। पत्र की भाषा ऐसी प्रभावपूर्ण हो कि वह ग्राहक को माल की उपयुक्तता के सम्बन्ध में ग्राहक को पूर्ण विश्वास दिला दे। लेकिन कोई बात बड़ा-बड़ा कर या झूठ नहीं लिखनी चाहिए क्योंकि पोल खुलने पर ग्राहक सर्वे के लिए हाथ से निकल जायगा और जो बदनामी होगी वह भयानक। निर्ल के पत्र की एक नक़्का भविष्य में आर्डर के साथ मिलान करने के लिए रख लेनी चाहिए।

एक देशी व्यापार के सौदे की मुख्य अवस्थाएँ

- (१) भावों की पूछ-ताछ।
- (२) निर्ल भेजना।
- (३) माल के लिये आदेश देना।
- (४) आदेश प्राप्ति की सूचना।
- (५) माल उधार देना।
- (६) माल का एकत्रीकरण, पैकिंग
- (७) माल भेजना।
- (क) बीजक बनाना।
- (८) माल भेजने की सूचना देना।
- (१०) माल की सुपुर्दगी लेना।
- (११) शिकायत सम्बन्धी पत्रोत्तर।
- (१२) शिकायतों के हल।
- (१३) भुगतान —
 - (अ) खाता विवरण।
 - (ब) पुराने खाते।
 - (स) रसीद।

(३) माल के लिये आदेश देना—

पूछ-ताछ के उत्तर में विभिन्न व्यापारियों से उनके निर्ल, मूल्य-सूचियाँ, नमूने आदि प्राप्त होयें। इनका ध्यान में मिलान करना चाहिए जिसमें इनका निश्चय हो सके कि किसी व्यापारी को आदेश देना सत्र में अधिक लाभदायक है। जब यह निश्चय कर ले तो माल के लिए आदेश दिया जाता है। यह आदेश टेलीफोन या तार द्वारा भी दिया जा सकता है। लेकिन इन दस्तावेजों में पत्र द्वारा आदेश की पुष्टि करना आवश्यक होगा। प्रायः कुछ लोग झूठ-भूठ परेशान करने के लिए तार या टेलीफोन से आर्डर दे देते हैं। अतः जब तक पुष्टि नहीं हो जाती बेचने वाला व्यापारी माल नहीं भेजना।

माल का आदेश साधारण पत्र के द्वारा दिया जा सकता है या इस आशय के लिये छपाये हुए आदेश-पत्रों का प्रयोग किया जा सकता है। आदेश-पत्र में सामान्य बातें तो छपी होती हैं केवल विशेष बातें ही उसमें भरने से भरी जाती हैं।

आदेश-पत्र की एक नकल कार्यालय में अधिष्ठा के हवाले के लिये रखनी चाहिये । कुछ व्यापारी तो एक 'आदेश भेजा-पुस्तक' रखते हैं जिनमें आदेश लिखा जाता है । इसकी एक पर्त बेचने वाले के पास भेज दी जाती है और दूसरी पर्त आदेश पुस्तक में ही नकल के रूप में सुरक्षित रहती है ।

आदेश-पत्र में उन सब बातों को दिया जाता है जो खरीददार और बेचने वाले के बीच पूर्व पत्र द्वारा तय हो चुकी हैं । एक आदेश-पत्र में निम्न बातों पर प्रकाश डालना आवश्यक है :—

माल का नाम, किस्म और परिमाण ।

माल का मूल्य और नाम वह किस तरह चुकाया जावेगा ।

सुपुर्दगी का ढंग और वह हिसाब जिसके अन्दर माल आ जाना चाहिये ।

पेकिंग का ढंग और अन्य शर्तें ।

यदि माल उधार मँगवा रहे हो और विक्रेता से पहले कभी व्यवहार नहीं हुआ है तो ऐसी दशा में बेचने वाले व्यापारी की सुविधा के लिये किन्हीं ऐसे प्रतिष्ठित व्यक्तियों के नाम और पते लिख देना चाहिये जिनसे हमारा पुराना व्यापारिक सम्बन्ध है ।

(४) आदेश प्राप्ति की सूचना—जब किसी ग्राहक से माल का कोई आदेश प्राप्त हो तो बेचने वाले व्यापारी को चाहिए कि वह उसके प्राप्त होने की सूचना ग्राहक को दे । इससे ग्राहक को आश्वासन हो जाता है कि उसके आदेश पर उचित ध्यान दिया जा रहा है । विक्रेता आदेश-पत्र के प्राप्त होने की सूचना देने के साथ-साथ आदेश की शर्तों की दोहरा देता है जिसमें उनमें यदि कोई त्रुटि हो गई हो तो वह सहो करदी जाय । यदि आदेश पत्र में कोई बात स्पष्ट नहीं है तो वह ग्राहक से इस पत्र द्वारा उसके स्पष्टीकरण की प्रार्थना कर सकता है । यदि माल उधार मँगवाया गया है तो आर्थिक प्रवस्था की पूछ-नाछ के लिये आवश्यक प्रतिष्ठित व्यापारियों के नाम व पते भी वह इस पत्र द्वारा मँगवा सकता है ।

आदेश-पत्र की मुख्य-मुख्य बातें एक आदेश प्राप्त पुस्तक में लिख लेना चाहिए ।

(५) माल उधार देना—जब ग्राहक से नगद भुगतान के आधार पर आदेश प्राप्त होता है तब तो बेचने वाले व्यापारी के लिए कोई चिन्ता की बात नहीं है । हाँ, जब उधार पर माल देने के लिये आदेश आवे तब अवश्य ही उसे यह निश्चय करना पड़ता है कि वह माल उधार दे या नही । यदि ग्राहक पुराना परिचित है तो ऐसा निश्चय करने में उसे विशेष कठिनाई न होगी । वह अपने अनुभव से ग्राहक की आर्थिक प्रवस्था, उसके लेन-देन का ढंग आदि के बारे में स्वयं बहुत कुछ जानता है ।

यदि पहले माल उधार देने पर मुश्तान पाने में कोई कठिनाई न हुई हो तो वर्तमान व्यवहार में भी ऐसा ही होने का वह अनुमान कर सकता है। यदि ग्राहक नया है और उसने उधार माल मँगवाया है तो आदेश को पूरा करने के पहले उसे उसकी आर्थिक अवस्था की मनो-भाँति जाँच कर लेनी चाहिए। इसके लिए स्वयं ग्राहक से ही प्रतिष्ठित व्यक्तियों के नाम और पते पूछे जा सकते हैं या अपने बैंकर, सेम्बर ऑफ़ कामर्स आदि मस्थायों के द्वारा आर्थिक अवस्था की जाँच की जा सकती है।

मन्तोपत्रनक उत्तर मिलने पर ग्राहक के आदेश की पूर्ति की जा सकती है नहीं तो आदेश की पूर्ति के सम्बन्ध में अपनी प्रसमर्थता प्रकट कर देनी चाहिये। ग्राहक के आत्म-नम्मान की चोट न पहुँचे, इसका विशेष ध्यान रखना चाहिये। ग्राहक से पैसगी मूल्य भी माँगा जा सकता है।

(६) माल का एकत्रीकरण, पैकिंग आदि—ग्राहक की आर्थिक दशा के विषय में मत्पुष्ट होने के उपरान्त उसके आदेशानुसार माल गोदाम में से निकलवाकर ठीक-ठीक तोला, नापा या गिना जाता है और पैकिंग के लिये अलग एकत्र कर दिया जाता है। इस बात का पूरा-पूरा ध्यान रखना चाहिए कि ग्राहक ने जो माल जिम किस्म का जितनी मात्रा में मँगवाया है वही मात्र उसी किस्म का उसी ही मात्रा में भेजना चाहिये नहीं तो ग्राहक मान की अस्वीकार कर सकता है। यदि कोई मात्र उसने गोदाम में न हो, तो वह किसी अन्य व्यापारी से लेकर भेजा जा सकता है। हमने ग्राहक की गमबिधा बच जाती है और उसका हमारे कार्यालय के ऊपर बिदाय बढ़ता है। जैसा कि अगले अध्याय में बतायेंगे, माल नमूने के अनुसार या वर्णन के अथवा दोनों के अनुसार या व्यापार योग्य होना चाहिये।

इसके उपरान्त माल का पैकिंग कराया जाता है। पैकिंग का अर्थ है माल को इस प्रकार बाँधना कि वह खोये नहीं और न वह टूटे अथवा खराब हो। पैकिंग काठ का, टीन का, कपड़े का, जूट या बटाई का हो सकता है। यदि हम सम्मन्य में ग्राहक के कोई विशेष आदेश हो तो उनका पालन करना चाहिए। किसी आदेश के प्रभाव में बेचने वाला प्रचलित प्रथा के अनुसार पैकिंग कर सकता है। बड़े-बड़े कार्यालय तो पैकिंग के लिए एक अनुसूची विशेषज्ञ की देख-रेख में अलग से पैकिंग विभाग रखते हैं। सुन्दर पैकिंग में भेजा गया माल ग्राहकों पर प्रभाव डालता है। विदेशी माल के भारतीय मान की अपेक्षा अधिक लोकप्रिय होने का एक कारण सुन्दर पैकिंग होना भी है।

पैकिंग पर ग्राहक का नाम और पता स्पष्ट लिख दिया जाता है। साथ ही माल होने वाले और कुलियों की मावधान करने के लिए बँडनों और पेटियों पर “सावधानी में रखो”, “काँच है”, “टूटने वाला माल” आदि निर्देश लिख दिये जाते हैं।

(७) माल भेजना—माल को उचित रूप से पैक करने के बाद उसको ग्राहक के स्थान तक पहुँचाने का प्रबन्ध करना चाहिये। यदि इस सम्बन्ध में ग्राहक से कोई आदेश हो तो उनका पालन करना चाहिये नहीं तो व्यापार की साधारण रीति के अनुसार माल भेजना चाहिये। माल भेजने के विभिन्न साधन इस प्रकार हैं—डाकखाने से पार्सल द्वारा, सड़क वाहनो द्वारा (मोटर या किसी अन्य गाड़ी द्वारा) एवं रेल द्वारा कुम्भी और पशुओं द्वारा। किस साधन का प्रबलम्बन करना चाहिये यह मुख्यतः माल की प्रकृति, रास्ते की दूरी आदि बातों पर निर्भर है। साधारणतः स्थानीय वस्तुओं के भेजने में कुली, पशु, रेलगाड़ी और मोटर का प्रयोग होता है। अधिक वजनी और बड़े आकार वाले माल के लिये सदा दूरी के यातायात में रेलें अधिक उपयोगी होती हैं। थोड़ी दूर के लिए और कम वजन के माल के यातायात में मोटर तारियाँ अच्छी रहती हैं। छोटे और मूल्यवान पार्सल डाक से भेजे जाते हैं। रेल द्वारा माल भेजने पर माल की एक रसीद भी मिलती है जिसे बिल्टी कहते हैं। इसके जाने वाले को रेलवे कम्पनी मान दे देगी।

(८) बीजक बनाना—माल भेजने के बाद बेचने वाले का अगला काम माल का बीजक तैयार करना है जिसका उद्देश्य ग्राहक को यह बतलाना है कि उसे कुल कितनी रकम माल के मूल्य और उसकी और से किए गये खर्चों के लिये विक्रेता को चुकानी है। बीजक क्रेता के लिए और भी काम आता है। बीजक की सहायता से खरीददार वस्तुओं या ठीक-ठीक विक्रय-मूल्य अंकित कर सकता है। उसे यह भासूम हो जाता है कि कुल कितनी रकम चुकानी है और वह मान्य पहुँचने से पहले बिल्टी छुड़ाने के लिये उस रकम का प्रबन्ध कर सकता है। यदि बीजक माल से पहले पहुँच गया है तो वह उसकी सहायता से विक्री का प्रबन्ध कर सकता है। जब माल रेल द्वारा भेजा जाता है तब तो बीजक डाक द्वारा सूचना-पत्र के साथ ही भेज दिया जाता है। अन्य दशा में वह माल के साथ ही रख दिया जाता है। बीजक मिलने पर ग्राहक उसे अपने आदेश की नकल के साथ मिलाता है। यदि उसमें कोई भेद या त्रुटि निकले तो वह उस विषय में बेचने वाले व्यापारी को पत्र लिखता है।

विक्रेता व्यापारी के लिये भी बीजक बड़े काम का होता है। यह इसकी सहायता में अपनी वित्री वही लिखता है। बीजक की दो प्रतिर्पा ली जाती हैं—मूल प्रति ग्राहक को भेज दी जाती है, नकल वह अपने ही पास भविष्य के लिये प्रमाण स्वरूप रख लेता है। बीजक में प्रायः निम्न बातें दी जाती हैं —

- (१) माल का नाम, किस्म एवं मात्रा,
- (२) माल की दर प्रति इकाई एवं कुल मूल्य,
- (३) व्यापारिक छूट यदि कोई है,
- (४) ग्राहक के कहने से किये गये स्वर्ज,

- (५) ग्राहक से प्राप्त पेशगी रकम, यदि कोई है,
- (६) ग्राहक से प्राप्य कुल रकम,
- (७) माल भेजने का ढग,
- (८) बिल्टी कैसे भेजी जा रही है,
- (९) बडलो पर पड़े हुए पहचान के चिन्ह,
- (१०) भूल के लिये क्षमा प्रार्थना ।

बीजक का नमूना

साहित्य भवन, सुई कटरा, भागरा ने जयपुर के गर्ग बुक कम्पनी की इस प्रकार माल बेचा है —

१०० औद्योगिक संगठन—मूल्य ५ ६० प्रति कापी

५० व्यापारिक सन्नियम—मूल्य ४ ६० „ „

४० अनेक्षण के सिद्धान्त—मूल्य ४ ६० „ „

व्यापारिक छूट १५% रेलमाडा ४ ६०, कुली १ ६० एक माह के अन्दर भुगतान पर १३ प्रतिशत छूट ।

माल मालगाडी से भेजा गया है जिसकी बिल्टी सख्या ८६० इसाहायाद बैंक द्वारा भेज दी गई है । साथ में लिखकर भेजे गये दोष रकम के दिन की स्वीकृति मिलने पर बिल्टी दी जावेगी ।

बीजक

साहित्य भवन

प्रकाशक एवं पुस्तक विक्रेता

तार का पता — 'बुक'

टेलीफोन नं० ---३१४२

सख्या :— ६० ए

सुई कटरा,

भागरा ।

३० जून, १९६१

धी ओंकार दयाल गर्ग, प्रोप्राइटर,

गर्ग बुक कम्पनी,

जयपुर ।

दात :—१ माह के अन्दर भुगतान पर १३% नगद छूट ।

चिन्ह	विवरण	दर प्रति इकाई ६०	घन ६०	घन ६०
१-४	औद्योगिक संगठन १०० प्रति	५	५००	७७४
	व्यापारिक सन्निधय ५० ,,	४	२००	
	अवैक्षण के सिद्धान्त ४० ,,	४	१६०	
			८६०	
	घटाओ व्यापारिक छूट १०%		८६	
	जोड़ो सब			
	रेल भाड़ा		४	
	कुली		१	५
	पूर्व प्राप्त (Advance)			७७६
	शेष प्राप्य रकम			१००
	माल मालगाडी से भेजा			६७६
	बिल्टी सक्रमा ८६० इलाहाबाद			
	बैंक द्वारा १ माह के बिल की स्वीकृति पर देय ।			

भूल चुक लेनी देनी

कन्हैयालाल बंसल, पार्टनर ।

बीजक प्राय छपे हुए फार्मों पर तैयार की जाती है । यहाँ पर हमें बीजक और सूचनार्थ बीजक (Pro-forma Invoice) में अन्तर समझ लेना चाहिये । बीजक तो वास्तविक रूप से विक्री होने पर बेचने वाले द्वारा खरीददार को भेजी जाती है लेकिन सूचनार्थ बीजक वह बीजक है जो किसी सम्भावी खरीददार को विक्रेता द्वारा इस बात की सूचना के लिये बना कर भेजी जाती है कि यदि वह माल खरीदता है तो उसे अनुमानित मूल्य और व्ययों के हेतु कुल कितनी रकम देनी होगी । दूसरे शब्दों में, जबकि बीजक वास्तविक अंकों को लेकर बनता है, सूचनार्थ बीजक अनुमान के अंकों पर बनाया जाता है । निम्नलिखित दशानामों में भी सूचनार्थ बीजक प्रयोग किया जा सकता है :-

१—जबकि वस्तु पसन्द या वापिसी की शर्त पर भेजी गई हो ।

२—जबकि विक्रेता माल के मूल्य का पूरा-पूरा भुगतान हो जाने पर ही माल भेजना चाहता हो तो वह सूचनार्थ बीजक बनाकर और उस पर “माल भेजने के लिये भुगतान की प्रतीक्षा” लिखकर भेज सकता है ।

३—जब विक्रेता किसी एजेंट को माल भेजता है तो एजेंट को विक्रय मूल्य निश्चित करने में आमानो हो इसके लिए वह ऐसा बीजक बना कर भेज सकता है।

४—विदेशों को माल भेजने से पहले सूचनार्थ बीजक भेजने से क्रेता या उसका प्रतिनिधि आयात कर सुविधा से चुका सकता है।

५—सूचनार्थ बीजक में त्रिगुल बही बाते दी जाती हैं जो बीजक में देते हैं। केवल दोषक में बीजक के स्थान पर सूचनार्थ बीजक लिखा जाता है।

(६) माल भेजने की सूचना देना—बीजक बना लेने के उपरान्त बेषन वाला व्यापारी खरीददार को माल भेजने की सूचना देने के लिए एक पत्र लिखेगा जिसे सूचना-पत्र कहते हैं। इस पत्र का उद्देश्य यह है कि ग्राहक को मालूम हो जाय कि माल कब रवाना किया गया है और किस दिन उसके स्टेशन पर आवेगा, जिससे वह माल के छुटाने की व्यवस्था समय के अन्दर करते। सूचना-पत्र के साथ बीजक की एक प्रति और बिल्टी भी, यदि भुगतान पहले ही प्राप्त हो गया है या उससे बमूल होने में कोई डर नहीं है, रजिस्ट्री पत्र से भेज दी जाती है। यदि सीधा इस प्रकार सब हुमा या कि पाने वाले को बिल्टी, माल का मूल्य मिलने पर दी जायेगी तो ऐसी दशा में बिल्टी, बीजक और सूचना-पत्र तीनों ही बी० पी० डाक से पाने वाले को भेजना चाहिये। यदि बमूल की जाने वाली रकम अधिक हो, तो अपने बैंक द्वारा बिल्टी ग्राहक को भेजनी चाहिये। साथ में एक दर्शनी बिल भी बैंक को इस आदेश के साथ दे दिया जाय कि वह ग्राहक के नगर में स्थित अपनी शाखा या प्रतिनिधि बैंक को यह निर्देश कर दे कि उक्त बिल्टी उसे तब ही सौंपी जाय जब कि वह साथ के बिल का भुगतान करदे। यदि ग्राहक को माल उपार बेचा गया है, तो बिल्टी बैंक को एक भिपादी बिल के साथ सौंपी जा सकती है। जब ग्राहक बिल को स्वीकार कर लेता है तो वह बिल्टी उसे दे दी जाती है। इन दशाओं में सूचना-पत्र साधारण डाक से खरीददार को भेजा जा सकता है।

सूचना-पत्र में निम्न बातें देनी चाहिये—ग्राहक के आदेश का हवाला, भेजे गये माल के बीजक की प्रति, बिल्टी सत्या, वह गांठी जिससे माल भेजा गया हो, आदि।

(१०) माल की सुपुर्दगी लेना—जैसे ही ग्राहक को विक्रेता व्यापारी से माल रवाना कर देने की सूचना मिले उसे माल छुटाने की व्यवस्था करनी चाहिये। यदि बिल्टी साधारण डाक से आई है या उसे बी० पी० चुका कर प्राप्त हो गई है तो वह सीधे स्टेशन जाकर रेलवे अधिकारियों को बिल्टी प्रस्तुत करके माल छुटा सकता है। यदि बिल्टी किसी बैंक के द्वारा भेजी गई है, तो बैंक की सूचना मिलने पर उसे बैंक जाना होगा और मिल स्वीकार करके या भुगतान करके (जैसी आवश्यकता हो) बिल्टी प्राप्त कर लेनी चाहिये। स्टेशन पर माल की सुपुर्दगी लेते समय मात्र के बदल भली

प्रकार देस लेने चाहिये । यदि टूट-फूट या अन्य हानि पहुँची हो तो उसको गुड्स इन्स्पेक्टर के ध्यान में वह बात ला देनी चाहिये और इस आशय का प्रमाण-पत्र भी प्राप्त कर लेना चाहिये ताकि बाद को हानि का दावा करने में सुविधा रहे ।

(११) शिकायत सम्बन्धी पत्रोत्तर—स्टेशन से माल को छुड़ा कर लाने पर आदेश-पत्र की नकल के साथ मिलाया जाता है कि सब माल वही है जिसके लिये आदेश दिया गया था या नहीं । यदि माल में बेचने वाले के दोष के कारण कोई टूट-फूट हुई है या उसने बीजक में अधिक दाम लगाया है, तो इस आशय का शिकायती पत्र विक्रेता को लिखा जा सकता है । यदि नुकसान रेलवे की गलती से हुआ है तो उसके चीफ ट्रेफिक मैनेजर से पत्र लिखकर हजाने की माँग करनी चाहिये ।

(१२) शिकायतों के हल—जब किसी ग्राहक से भेजे गए माल के सम्बन्ध में कोई शिकायत प्राप्त हो, तो उस पर तुरन्त ध्यान देना चाहिए, नहीं, तो वह 'जले पर नमक' छिड़कने के समान होगा । यदि वास्तव में कोई त्रुटि हो गई है तो इसे स्पष्ट स्वीकार कर लेना चाहिए और उसके निराकरण के लिए उचित कार्यवाही करनी चाहिए । जैसे, यदि माल आदेश के अनुसार नहीं भेजा गया है, तो भेजे गए माल को वापस मँगा कर नया माल भेज दिया जाय । इसका व्यय विक्रेता को ही सहन करना होगा । यदि बीजक में दाम अधिक लग गए हैं या ग्राहक ने खाली पेटो वापिस करदी है तो उसे वसूल होने वाले दाम में छूट देना आवश्यक होगा । इसके लिए उसे क्रेडिट नोट बना कर भेज देना चाहिए । विक्रेता ने ग्राहक से कम दाम लगाये हैं, तो वह उसे ग्राहक से प्राप्त कर सकता है । इसके लिए उसे डेबिट नोट बनाकर भेजना चाहिए ।

क्रेडिट नोट—क्रेडिट नोट वह स्वका है जिसके द्वारा विक्रेता क्रेता को यह सूचना देता है कि उसने स्वके में दिखाई गई रकम क्रेता के खाते में क्रेडिट (जमा) कर दी है । इस प्रकार अभिव्य में क्रेता विक्रेता को हिस्सा में उतना स्वका कम देगा या भगने व्यवहारों में बराबर हो जावेगा । यह नोट निम्नलिखित दशाओं में खरीददार को भेजा जाता है —

(१) यदि कोई माल किसी खराबी के कारण प्रथवा आदेश से अधिक होने पर लौटा दिया गया है ,

(२) यदि कोई बक्स या पैकेट (जिसका मूल्य बीजक में लगा दिया गया है) - पक्की दशा में विक्रेता को लौटा दिया जाय ;

(३) यदि खरीददार को माल की मात्रा में कुछ कमी होने के कारण कोई घलाउन्स दिया गया है ;

(४) यदि बीजक गलती से अधिक जोड़ दिया गया है ,

(५) यदि किसी वस्तु का मूल्य अधिक लगा लिया गया है ,

(६) किसी वस्तु का मूल्य बीजक में तो लगा लिया है परन्तु वास्तव में उसे भेजा नहीं है ।

डेबिट नोट—डेबिट नोट वह स्मका है जिसके द्वारा विक्रेता खरीददार को यह सूचना देता है कि उसमें दिखलाई गई रकम को उसके खाते में नाम डाल दिया गया है। इस प्रकार ग्राहक को बीजक मूल्य के साथ यह रकम भी चुकानी पड़ेगी अथवा अगले व्यवहारो में उक्त रकम बराबर करनी जावेगी। डेबिट नोट निम्नलिखित दशामो में भेजा जाता है—

- (१) यदि भूल से बीजक में किसी वस्तु का कम मूल्य लगाया गया हो,
- (२) यदि बीजक की रकम कम जोड़ी गई हो,
- (३) यदि कोई भ्रम बीजक से छूट गया हो,
- (४) यदि कोई वस्तु भेज दी गई है परन्तु उसका मूल्य बीजक में नहीं लिखा

गया है,

डेबिट नोट और क्रेडिट नोट बीजक के समान ही बनाये जाते हैं। अतः बीजक से भेद करने के लिए उन्हें लाल स्याही से लिखा या छपा जाता है।

क्रेडिट नोट
साहित्य भवन
पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता

तार का पता—'बुक'
टेलीफोन नं०—३१४२

सुई कटरा,
आगरा।

मक्या—५०१/स
श्री श्रीकादयाल गर्ग,
प्रोप्रायटर,
गर्ग बुक कम्पनी,
जयपुर।

दिनांक २ जुलाई, १९६१।

खाते में क्रेडिट किये

बीजक संख्या ४४०/ब २३ जून, १९६०	औद्योगिक संगठन २० प्रतिपा जो भेजने से रह गई थी	₹० ₹० ₹०	नये पैसे —
--------------------------------------	---	----------------	-------------------

कन्हैयालाल बसल,
पार्टनर।

**डेबिट नोट
साहित्य भवन
पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता**

तार का पता—'बुक'
टेलीफोन न०—३१४३
महंगा ५०१/स
श्री ओकारदयाल गर्ग,
प्रोप्राइटर,
गर्ग बुक कम्पनी,
जयपुर।

सुर्य कटरा,
भागरा।
२ जुलाई, १९६१।

साते में डेबिट किया

बीजक सत्या ४५०/न २३ जून, १९६०	बीजक में औद्योगिक संगठन की १०० प्रतिधो पर १ रु० मूल्य कम लगने के लिए	रु०	नये पैसे
		१००	—
		१००	—

कन्हैयालाल बसल,
पार्टनर।

(१३) भुगतान करना—यह कम-विक्रय के सोदे की अन्तिम अवस्था है। खरीदार को चाहिए कि वह आदेश की शर्तों के अनुसार भुगतान कर दे। जो व्यापारी समय पर भुगतान करते हैं, उनकी साख बढ़ती है और इससे उनका व्यापार बढ़ता है। जो व्यापारी समय पर भुगतान नहीं करते हैं उनको साख गिर जाती है और फिर भविष्य में उन्हें उधार मिलना कठिन हो जाता है। भुगतान भेजने के कई उद्ग हैं, जैसे 'पोस्टल ऑर्डर', 'मनीऑर्डर', 'चेक', 'बिल', 'बैंक-ड्राफ्ट', 'नोट' आदि। इनमें अपनी आवश्यकता के अनुसार चुनाव कर लेना चाहिए।

भुगतान मिलने पर बेचने वाला एक रसीद भेज देता है। यदि रकम २० रु० या २० रु० से अधिक है, तो उस पर १० नए पैसे का रेवेन्यू टिकट लगाना चाहिए। भुगतान लेने वाले को अपने हस्ताक्षर इस प्रकार करने चाहिए कि उसका कुछ भाग टिकट पर अवश्य आवे।

रसीद का नमूना

संख्या २०१

अगस्त १, १९६१

कंलाशचन्द्र भार्गव, प्रोप्राइटर, भार्गव बुक डिपो ग्यालियर से कुल
हिसाब के भुगतान में ६७६ रु० छह सौ उनारसी रुपए प्राप्त हुए। धन्यवाद।

इण्डियन बुक हाउस के लिए,

रामनाथ गोयल

साम्प्रदाय।

रगोद की एक नकल कार्यालय के हवाले के लिए सुरक्षित रखली जाती है। यह ध्यान रखना चाहिए कि प्रतिलिपि पर टिकट लगाने की आवश्यकता नहीं है।

खाते का विवरण (Statement of Account)

बहुधा व्यापारी परस्पर चालू खाता रखते हैं अर्थात् समय-समय पर उधार मात खरीदते हैं या बेचते रहते हैं और समय-समय पर भुगतान करते रहते हैं। ऐसी दशा में बेचने वाला व्यापारी समय-समय पर खरीदार को उसके खाते की नकल भेजता रहता है, जिसमें यदि कोई भ्रष्टाचि हो गई हो तो वह उसे ठीक करा ले और साथ ही उसे भुगतान करने की भी याद हो पाये। इसे 'खाते का विवरण' कहते हैं और यह हर मास भेजा जाता है। कुछ लोग तिमाही या छमाई भी भेजते हैं इसमें एक निश्चित अवधि के अन्दर हुए तमाम लेन-देनों का विवरण दिया जाता है। यदि कोई भ्रष्टाचि निकले तो उसे जमा की चिट्ठी या क्रेडिट नोट भेज कर ठीक कर लिया जाता है।

पुराने खाते (Overdue Account)

कुछ ऋणी समय पर अपना भुगतान नहीं करते। या तो उनकी अवस्था बिग गई है अथवा उनको भुगतान देने का स्मरण नहीं रहा है या वे भुगतान देर में देने चाहते हैं या विह्वल ही नहीं देना चाहते। ऐसी दशा में बेचने वाले व्यापारी को सब मुच ही बड़ी परेशानी पैदा हो जाती है। यदि सभी ग्राहक उसे देर में भुगतान करें लगे तो उसकी सारी पूंजी उधार में फँस जाय। अतः भुगतान पाने के लिए उसे बई युक्ति से काम लेना चाहिए। पहले तो वह ग्राहक को उसके खाते का विवरण भेज देना है। यदि इसके भेजने पर भुगतान नहीं आता, तो वह पत्रों द्वारा तकाजा प्रारम्भ कर सकता है। सभी ऋणी एक स्वभाव के नहीं होते अतः उसे सभी के प्रति एकदा कड़ा खल नहीं प्रगटाना चाहिए। अपितु पत्र क्रमशः कड़े शब्दों में लिखने चाहिए। जों पहला पत्र तो बहुत नम्र भाषा में लिखा जाय और उसमें ग्राहक को केवल रकम का याद दिला कर भुगतान की प्रार्थना करनी चाहिए। इसके लिए खाता विवरण की नकल पत्र के साथ भेजी जा सकती है। यदि ग्राहक इस पर ध्यान न दे तो दूसरा पत्र कुछ कड़ी भाषा में लिखा जाता है। दूसरे पत्र का उत्तर न आने पर ही तीसरा पत्र अति कड़ी भाषा में भेजा जाता है और ग्राहक से सीधे भुगतान कर देने की प्रार्थना की जाती है। तीसरे पत्र का उत्तर न आने पर अन्तिम पत्र भेजा जाता है जिसमें ग्राहक का भुगतान करने की शिष्ट धमकी दी जाती है। धमकी सोच-विचार कर देनी चाहिए और भुगतान न होने पर उसका प्रयोग अवश्य करना चाहिए।

खाता विवरण

साहित्य भवन, भागरा, आपने ग्राहक श्री श्रीकार दयाल गर्ग, जयपुर को निम्नलिखित से एक खाता विवरण बनाकर भेजना चाहते हैं —

१९६१		₹०
मई १	गर्ग साहब को पिछना देना था	₹०००
८	उन्हें माल बेचा	₹०००
१०	उन्होंने माल लौटाया	₹००
१५	उनसे नगद प्राप्त हुआ	₹२००
२०	उन्हें माल बेचा	₹५००
२६	उनमें एक बैक प्राप्त हुआ	₹०००

साहित्य भवन

पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता

गार का पता — 'बुक'

टेलीफोन नं० — ३१४३

सम्पा — ४२१

श्री श्रीकार दयाल गर्ग,

गर्ग बुक कम्पनी,

जयपुर ।

मुई कटरा,

भागरा ।

जून १, १९६१ ।

तिथि	विवरण		₹०	₹०
मई १	पिछना शेष	(नाम)		₹०००
, ८	माल खाते	(नाम)	₹०००	
, २०	माल खाते	(नाम)	₹५००	₹२,५००
				₹७,५००
मई १०	लौटाये माल के	(जमा)	₹००	
मई १५	रोकड़ खाते	(जमा)	₹२००	
मई २६	बैंक खाते	(जमा)	₹०००	₹४,५००
		शेष		₹३,१००

भूल चुक नेनी देनी

कन्हैया लाल बसल,
पार्टनर,

प्रशन

(१) आपने अभी हाल में फर्नीचर की एक दुकान खोली है और उसके लिये कुछ फर्नीचर खरीदना चाहते हैं । पृथ्वाछ से लेकर भुगतान तक जो कदम उठाने होंगे उनका संक्षेप में बर्णन करिये ।

- (२) एक देशी व्यापार के सोदे की प्रगति का वर्तन कीजिये और उन प्रपत्रों का सल्लेख कीजिए जो कि इस सम्बन्ध में प्रयोग किए जायेंगे ।
- (३) मर्यादी सोहनलाल एण्ड सन्स कानपुर ने निम्नलिखित माल भेजे हैं—
 (क) २४ प्रतिशत हार्डस्टील बुक्कीपिंग—सेलर के० एल० प्रप्रवान, ३ ६० ५० न० पै० प्रति पुस्तक ।
 (ख) ४० प्रतिशत व्यापार पद्धति—सेलर बलवानसिंह, ४ ६० ५० न० पै० प्रति पुस्तक ।
 (ग) १५ प्रतिशत मार्बेट रिपोर्ट्स—सेलर डाक्टर मोरेगो, ३ ६० ७५ न० पै० प्रति पुस्तक ।
 (घ) २५ प्रतिशत वार्षिक भूगोल—सेलर आर० एन० कुवे, ४ ६० २५ न० पै० प्रति पुस्तक ।

पैकिंग और भेजने का खर्च ७ ६० ५० न० पै० तथा व्यापारिक बट्टा (Trade Discount) १५ प्रतिशत दर से ।

आप रीत्यानुसार एक बीजक बनाइए और एक सूचना-पत्र भी लिखिए कि रेल की बिल्टी (R/R) बी० पी० डाक से भेज दी गई है ।

- (४) भारते के बक्कड ब्राधर्मे ने कलकत्ते के गोपालचन्द्रदास से निम्नलिखित माल खरीदा—५० हडरवेट जिंक पेन्ट दर ३४ ६० ७५ न० पै० प्रति हडरवेट, ३० टन पीतल की चादर दर ६० ६० २५ न० पै० प्रतिटन, १५० पोपे तिल्ली का तेल दर १२ ६० २५ न० पै० पीपा, ४० बोरे सीमेन्ट दर १० ६० ७५ न० पै० बोरा, ७५ प्रतिशत व्यापारिक बट्टा देकर उपरोक्त माल का बीजक बनाइए ।
- (५) सर्वश्री हरिराज स्वर्ण गोपालराज स्वर्ण दिल्ली बानी ने लखनऊ के श्री राजेन्द्रलाल को निम्नलिखित सामान बेचा है—
 २०० बोरे चीनी 'A' (प्रति बोरे का भाग २५ मन)
 दर १५ ६० ५० न० पै० प्रतिमन,
 १०० बोरे चीनी 'B' (प्रति बोरे का भाग २५ मन)
 दर १८ ६० प्रतिमन ।
 १०० टीन सुगन्धित सुगर क्यूब्स—दर ६० ६० प्रति टीन
 व्यय—पैकिंग १६० ६०, टैना माडा ३२ ६०, विविध व्यय ५ ६०
 और व्यापारिक बट्टा २५ प्रतिशत ।
 सोदे की शर्तें—मुगलान पर अधिकार पत्र (D/P) ।

उपरोक्त से आप निम्नलिखित बनाइए :—

(घ) एक बीजक ।

(आ) एक पत्र जिसमें माल भेजने की सूचना दीजिये ।

(इ) माल भेजने वालों की ओर से एक पत्र भारत बैंक लिमिटेड को लिखिए जिसमें उन्हें आदेश दीजिए कि वे बीजक का रुपया तथा बैंक कमीशन प्राप्त कर लेने पर ही अधिकार पत्र सोपे ।

(६) सर्वधी देवीप्रसाद भिवप्रसाप, आगरा वाले निम्नलिखित माल मेरठ के सर्वधी जगतप्रसाद दयासंकर को भेजने हैं :—

१५ दरियाई नं० १६, आकार १२ गज \times ५ गज,

२ रु० ८ आ० प्रति वर्ग गज की दर से ।

२० बड़िया कालीन, आकार १५ फीट \times १० फीट,

॥ रु० प्रति वर्ग फुट की दर से ।

६ काश्मीरी दुसाले, ४० रु० प्रति दुसाले की दर से ।

पैकिंग और टेना भाड़ा १० रु० ५० न० पैसे, व्यापारिक बट्टा १० प्रतिशत की दर से ।

आप निम्नलिखित तैयार कीजिए —

(१) आर्डर पत्र, (२) रीट्यानुमार बीजक, (३) भुगतान के लिए एक विशेष रेखाकन वाला बैंक ।



क्रय-विक्रय की शर्तें

Terms and Conditions of Sale

प्रारम्भिक

प्राजकल भिन्न भिन्न व्यापारियों के भिन्न-भिन्न व्यापार करने के ढंग हैं। प्रत्येक सौदा तय करते समय क्रय-विक्रय सम्बन्धी बातें स्पष्ट कर लेनी चाहिए जिससे भागे चलकर व्यापार करने की रीति में भेद होने के कारण परस्पर मतभेद न हो। सौदा या तो व्यक्तिगत रूप से तय किया जाता है अथवा आर्डर भेजकर। प्रथम दशा में तो सभी बातें आमने-सामने तय हो जाती हैं लेकिन दूसरी दशा में पत्र-व्यवहार द्वारा तय की जाती हैं और अन्तिम रूप से आदेश-पत्र में स्पष्टीकृत कर दी जाती हैं। जहाँ तक हो सके क्रय विक्रय की शर्तें लिखित हों। जो व्यक्ति ऐसा नहीं करते उनमें प्रायसी मतभेद और झगड़े होने की सम्भावना रहती है। लिखा पढ़ी हो जाने से किसी प्रकार के संदेह अथवा मतभेद की भावना कम हो जाती है और मतभेद होने पर उसका निर्णय दोनों की देखकर आसानी से हो सकता है। क्रय-विक्रय के सम्बन्ध में जिन बातों का स्पष्ट तय होना आवश्यक है, वे इस प्रकार हैं—

क्रय-विक्रय अनुबन्ध की शर्तें

(1) माल की किस्म

एक ही किस्म की अनेक वस्तुएँ बाजार में मिलती हैं। हमारी रुचि, आवश्यकता और आर्थिक अवस्था के अनुसार जो भी किस्म हमारे लिए उपयुक्त होती है उसे ही हम लेना चाहते हैं। हम बाजार की बहुत आवश्यकता है कि क्रेता वस्तु की किस्म विक्रेता को ठीक-ठीक बतादे और विक्रेता निश्चित रूप से वह समझ ले कि ग्राहक जिस किस्म की वस्तु चाहता है। यदि ग्राहक को ठीक किस्म की वस्तु नहीं मिलती तो वह माल लौटा देता है या व्यापारी को सदेव के लिये नमस्कार कर देता है। प्राजकल वस्तुओं की किस्म सूचित करने में लिए निम्न साधनों का प्रयोग होता है—

(1) बानगी या नमूना—वस्तु के एक बड़े ढेर में से थोड़ी सी मात्रा निकाल कर उसे किस्म बताने के काम में लेते हैं। इस निकाले हुए थोड़े अंश को 'बानगी'

या 'नमूना' रहते हैं। बानगी (Sample) का बच्चे माल के क्रय-विक्रय में बहुत प्रयोग किया जाता है और नमूना (Pattern) तैयार माल के सम्बन्ध में। जब माल

क्रय-विक्रय अनुबन्ध की मुख्य

६ शर्तें

(१) माल की किस्म सम्बन्धी शर्तें।

(२) माल की मात्रा सम्बन्धी शर्तें।

(३) माल के पैकिंग से सम्बन्धित शर्तें।

(४) माल के मूल्य सम्बन्धी शर्तें।

(५) मूल्य के भुगतान से सम्बन्धित शर्तें।

(६) माल की सुपुर्दगी से सम्बन्धित शर्तें।

नमूने या बानगी के आधार पर खरीदार या बेचा जाता है, तो विक्रेता इस बात की गारन्टी देता है कि वस्तु किस्म में नमूने जैसी ही होगी, ग्राहक को बानगी या नमूने के साथ कुल माल की तुलना करने का उचित अवसर दिया जावेगा तथा माल ऐसे दोषों से मुक्त होगा जो उसे बित्री के अयोग्य बनादे।

(२) प्रतिरूप—जब माल तैयार नहीं है या आया नहीं है, किन्तु उनके जल्ब तैयार होने या आने की आशा है तो उसके क्रय-विक्रय के लिए उसके किसी 'प्रतिरूप' (Type) को दिखाकर ही किस्म तै कर ली जाती है। यह ढङ्ग फमलो के सम्बन्ध में अधिक प्रचलित है। विक्रेता फमल तैयार होने में पहले नई थाली से निकासी गया गल्ला ग्राहक को सौदे के समय दे देता है और इस बात का आश्वासन देता है कि माल उस प्रतिरूप के सदृश ही होगा, और यदि दोनों में कोई अन्तर हुआ तो मूल्य कुछ घटा-बढ़ा दिया जावेगा। इस उद्यम के अन्तर्गत खरीदने और बेचने वालों के मध्य मूल्य कितना घटाया बढ़ाया जाय इस सम्बन्ध में मतभेद हो सकता है, इसलिए पचायत के सम्बन्ध में निला-बढ़ी रहती है और पक्षों का निर्णय दोनों पक्षों को मानना पड़ता है।

(३) वर्णन—आजकल वस्तुओं का क्रय-विक्रय 'वर्णन' (Description) द्वारा

वस्तुओं की किस्म सूचित करने के ५ साधन

(१) बानगी या नमूना (Sample or Pattern)

(२) प्रतिरूप (Type)

(३) वर्णन (Description)

(४) ट्रेड मार्क (Trade Mark)

(५) विश्लेषण (Analysis)

किया जाता है। उन्हीं वस्तुओं की किस्म वर्णन द्वारा तय की जाती है जिनका वर्णन करना सहज है। बाजार में बहुत-सी वस्तुओं के विविध प्रकारों के अलग-अलग नाम प्रचलित हो जाते हैं अतः उनका नाम लेने से भी वस्तु की एक विशेष किस्म का ज्ञान हो जाता है। जैसे, यदि यह कहा जाए कि हमें वास्मती चावल खरीदना है तो इसमें चावल के गुण आदि का पूरा-पूरा वर्णन हो जाता है। यदि वर्णन के साथ माल

को बानगी भी दिखाई गई हो तो भी वर्णन का महत्व अधिक होता है। उदाहरण के लिए, यदि सुरेश समीप से वास्मती चावल खरीदना तय करता है परन्तु बानगी मोगरा चावल की दिखाता है तो सुपुर्दगी सेते समय सुरेश मोगरा चावल लेना प्रस्वीकार कर सकता है और वास्मती चावल देने के लिए बाध्य कर सकता है। यह भी उल्लेखनीय है कि यदि ग्राहक वर्णन देने के साथ अपनी आवश्यकता भी व्यापारी को प्रकट कर दे और उसके उपयुक्त वस्तु का सोदा तय करे तो व्यापारी को ऐसी वस्तु देनी होगी जो उसके कार्य के योग्य हो।

(४) ट्रेडमार्क—कुछ विक्रेता और उत्पादक अपनी वस्तुओं की पहचान के लिए उन पर एक विशेष चिन्ह छपा या खुदसा सेते हैं। इसे व्यापार चिन्ह या 'ट्रेडमार्क' (Trade mark) कहते हैं। जबलपुर के बीड़ी व्यवसायी ने अपनी बीड़ी के लिये पहलवान छाप चिन्ह नियत कर रखा है। इसी प्रकार हाथी मार्का तेल, तानी मार्का साबुन आदि देखने में आते हैं। इन चिन्हों की सहायता से वस्तुओं में ग्राहक धोखा नहीं खा सकता। जिन किस्म की वह वस्तु चाहता है वह चिन्ह बता देने से मिन जाती है। व्यापारियों को भी चिन्ह द्वारा बेचने में सुविधा रहती है क्योंकि उनके प्रभाव में उन्हें हर बार अपनी वस्तु के सारे गुण बताने होंगे लेकिन चिन्ह द्वारा जनता को वस्तु के विषय की सारी बातें स्मरल रहती हैं। एक व्यापारी द्वारा रखा गया ट्रेडमार्क दूसरा व्यापारी न रख ले इसके लिए उन व्यापारी को चाहिए कि वह अपना चिन्ह निम्न शुल्क देकर मरकार से रजिस्टर्ड करा ले।

(५) विश्लेषण—रासायनिक परीक्षाओं का सोदा 'विश्लेषण' (Analysis) के आधार पर से किया जाता है। इसके अन्तर्गत विक्रेता आश्वासन देता है कि माल विश्लेषण के अनुकूल होगा। माल सेते समय ग्राहक उसका विश्लेषण करा लेता है और माल के विश्लेषण से घटिया या बढ़िया होने पर मूल्य में घटा-बढ़ी कर दी जाती है।

(II) माल की मात्रा

सोदा से करते समय ग्राहक को चाहिए कि वह व्यापारी को यह सूचित कर दे कि माल की कितनी मात्रा खरीदना चाहता है और व्यापारी का भी कर्तव्य है कि वह खरीदार को उतना ही माल भेजे जितना उसने मँगवाया है। भूल होने पर या तो विक्रेता को माल अपने व्यय पर लौटाना पड़ता है प्रयत्न भेजी हुई मात्रा स्वीकार करने के लिए ग्राहक से पत्र-व्यवहार करना पड़ता है जिसमें समय और पैसा लगता है। इनके पर भी सम्भव है कि ग्राहक रुष्ट हो जाये। मात्रा की माप तीन प्रकार से होती है—सख्या, नाप और तोल द्वारा। नाप और सख्या द्वारा मात्रा सूचित करना कोई विशेष परेशानी वाली बात नहीं है लेकिन तोल द्वारा मात्रा बताने में विशेष सावधानी रखनी चाहिए। तोल के सम्बन्ध में निम्नलिखित विशेष बातें जानने योग्य हैं :—

(१) कुल तोल (Gross Weight)—वस्तु और पैकिंग दोनों की तोल मिलाकर कुल तोल कहा जाता है।

(२) वारदाना (Tare)—केवल पैकिंग के तोल को वारदाना या घडा कहते हैं जो कई प्रकार से निकाला जा सकता है और इन रीतियों के अनुसार ही उनके विभिन्न नाप होने हैं जैसे—

माल की मात्रा को सूचित करने के ३ ढंग

- (१) सख्या (Number)
- (२) नाप (Measure)
- (३) तोल (Weight)

(अ) कुल तोल (Gross Weight)

(ब) वारदाना (Tare)।—

(क) असल वारदाना (Real Tare)

(ख) औसत वारदाना (Average Tare)

(ग) अनुमानित वारदाना (Estimated Tare)

(घ) प्रचलित वारदाना (Customary Tare)

(ङ) वास्तविक तोल (Net Weight)

(च) छीजन या बटोती (Waste)

मूल्य लगाने के लिये वास्तविक तोल = कुल तोल - वारदाना - छीजेव।

वारदाना १० छटाक निरनेषा।

(अ) असल वारदाना (Actual or Real Tare)—वह है जो माल में लगे हुए पैकिंग की वास्तविक तोल द्वारा निकाला जाता है जैसे—यदि घी टिन में बन्द करके भेजा जावे तो इस टिन की जो तोल तोलने से निकले वह असल वारदाना कहलावेगा।

(आ) औसत वारदाना (Average Tare)—पैकिंग की वह तोल है जो पैकिंग की असल असल तोल कर नहीं निकाली जाती वरन् कुछ पैकिंगों को इकट्ठा तोल कर पैकिंग की संख्या का भाग दे दिया जाता है और इस प्रकार एक पैकिंग का तोल निकल आता है। वारदाना निकालने का यह ढङ्ग उम ब्या में ठीक रहता है जहाँ लगभग एक से पैकिंग प्रयोग किए जाने हैं। उदाहरण के लिए, किसी घी के पैकिंग के लिए सो टिन एक से बनवाये। इनमें से कोई से पाँच टिन असल असल तोले गये। इनका वजन क्रमशः १०½ छटाक, ९½ छटाक, ११ छटाक, १० छटाक व ९ छटाक था। पाँचों की तोल मिला कर ५० छटाक हुई जिसमें मर्या ५ का भाग देने पर औसत

(इ) अनुमानित वारदाना (Estimated Tare)—वह वारदाना है जो बिक्रय के समय खरीददार और बिक्रेता आपस में तै कर लेते हैं। यह अनुमान कर लिया जाता है वास्तविक तोल द्वारा नहीं निकाला जाता।

(ई) प्रचलित वारदाना (Customary Tare)—कुछ व्यापारी में पैकिंग के लिए लगभग एक ही प्रकार के बेल्ले, बोरे आदि प्रयोग होते हैं। इनका वारदाना चलन के अनुसार लगा लिया जाता है। वास्तविक तोल निकालने की ज़रूरत नहीं होती। उदाहरण के लिए, अनाज के व्यापार में एक बोरे की तोल व्यापारी सवा सेर काटते हैं यदि आप एक बोरा में छह सरीसों तो सवा सेर वारदाना काटा जावेगा चाहे वास्तव में बोरा छटाक दो छटाक अधिक या कम हो।

(३) वास्तविक तोल (Net Weight)—केवल माल की तोल ही वास्तविक तोल कहलाती है। यही तोल मुख्य है क्योंकि इसी के हिसाब से माल का मूल्य बताया और चार्ज किया जाता है। अतः जब माल का मूल्य तोल के अनुसार बताया जावे तो सदैव वास्तविक तोल पर ही दाम निकालना चाहिए। यदि कुल तोल भी हुई हो तो दाम निकालने के लिए उसमें से वारदाना घटा देना चाहिए।

(४) छीजन या कटौती—माल को उठाने रखने आदि में थोड़ी-बहुत छीलन तो होती ही है। छीजन की यह हानि खरीददार को न उठानी पड़े। इसके लिए कुछ व्यापारी माल के दाम जोड़ते समय वास्तविक तोल में भी कुछ कटौती कर देते हैं। यही छीजन कहलाती है। छीजन वारदाने की तोल में भूल-भूक के लिए भी काटी जाती है। यदि सौदे में छीजन भी काटी गई है तो असली तोल मालूम करने के लिए इसकी भी घटा देना चाहिए।

(III) माल पैकिंग

पैकिंग का उद्देश्य माल को ढोने और उठाने-धरने में सुविधा और सुरक्षा प्रदान करना है। आजकल पैकिंग में सुन्दरता का भी ध्यान रखा जाने लगा है। पैकिंग कैसा हो, यह वस्तु की प्रकृति और मात्रा पर निर्भर करता है। यदि पैकिंग ठीक नहीं है, तो माल खराब होने, खोने भ्रष्टाचार होने का डर रहता है। अतः यह आवश्यक है कि माल ठीक तरह से पैक किया जाय। यदि ग्राहक ने इस विषय में कुछ आदेश दिये हैं तो उनका पालन करना बहुत आवश्यक है नहीं तो किसी भी हानि की जिम्मेदारी विक्रेता पर होगी। यदि क्रेता की ओर से कोई आदेश नहीं है, तो विक्रेता अपने व्यापार की साधारण रीति के अनुसार माल का पैकिंग कर सकता है।

(IV) माल का मूल्य

माल की प्रति इकाई के हिसाब से जो मूल्य क्रेता, विक्रेता को अदा करता है उसे माल का 'मूल्य' कहते हैं। यह मूल्य, नाप, सख्या या तोल की इकाइयों के आधार पर लगाया जाता है। सीधा तै होने पर विक्रेता को चाहिये कि वह उतना ही मूल्य ले जितनी कि वस्तु उसने दी है परन्तु प्रायः यह देखा जाना है कि वह उससे कुछ अधिक मूल्य चार्ज कर लेता है। (१) इसका कारण है उसे माल के सम्बन्ध में ऐसे अनेकों कार्य करने पड़ते हैं जो क्रेता अपने घर बैठे हुये नहीं कर सकता।

जैसे माल को विक्रेता के गोदाम से रेलवे स्टेशन तक से जाना, कुलियो द्वारा माल लदाना, बीमा कराना, रेल भाड़ा चुकाना आदि। इन कामों को विक्रेता अधिक प्राप्ताधी से कर सकता है अतएव इन कामों को वह ग्राहक की ओर से कर देता है और उनका खर्चा मूल्य के साथ वमूल कर लेता है। (२) प्रायः ऐसा भी देखा जाता है कि माल का मूल्य खर्चा जोड़ कर ग्राहक को बताया जाता है। ऐसी दशा में भ्रमण से बर्चें नहीं लिये जाते। किम कार्य के लिए खर्च शामिल किया गया है यह मूल्य के पहले लगे हुए विशेषण को देखने से पता लग सकता है। विभिन्न खर्च जुड़े होने के कारण मूल्य कई तरह के हो जाते हैं। अग्य शब्दों में मूल्य निम्न प्रकार से सूचित किये जा सकते हैं —

(१) स्थानीय मूल्य (Loco Price)—यह केवल माल का मूल्य है। इसमें किसी प्रकार का कोई खर्चा नहीं जुड़ा होता। ग्राहक को चाहिए कि वह माल को विक्रेता के स्थान से उठा ले और अपने गोदाम तक पहुँचाने का स्वयं प्रबन्ध करे। यदि वह उसका प्रबन्ध व्यापारी से ही कराना चाहता है तो उसे भ्रमण से व्यय देना होगा।

(२) स्टेशन पर मूल्य (At Station Price)—इस मूल्य में माल के मूल्य के अलावा कुछ सेवाओं का व्यय भी शामिल है। वे सेवाएँ निम्न हैं —माल को पैक करने का खर्चा, व्यापारी के गोदाम से निकट के स्टेशन तक (जहाँ माल रेल पर लदेगा) भेजने का खर्चा। माल पैक करना और स्टेशन तक माल पहुँचाने की विक्रेता की जिम्मेदारी है। इन सेवाओं के लिये वह भ्रमण से व्यय नहीं लेगा परन्तु जैसे ही माल स्टेशन पर पहुँचता है, उसकी जिम्मेदारी समाप्त हो जाती है। अतः यदि वह इसके प्रागे कुछ सेवा अथवा कार्य करता है तो उनका व्यय वह ग्राहक से भ्रमण वमूल करेगा।

(३) रेल पर मूल्य (Price on Rail)—इसमें माल के वास्तविक मूल्य के अलावा पैकिंग, निकटवर्ती स्टेशन तक दुनाई तथा रेलगाड़ी में लदाई का मूल्य सम्मिलित रहता है। उसके बाद यदि विक्रेता कोई खर्च करता है तो वह बनाये गये इस मूल्य के अलावा ग्राहक से वसूल किया जावेगा। यदि इसमें रेल का भाड़ा भी शामिल कर लिया जावे तो इसे गन्तव्य स्टेशन मूल्य कहते हैं।

(४) मूल्य तथा भाड़ा (Cost and Freight)—इस मूल्य में माल का मूल्य तो शामिल है ही साथ ही माल को व्यापारी के गोदाम से स्टेशन तक पहुँचाने, रेल पर लदाने और ग्राहक के स्टेशन तक का जितना व्यय हो वह सब इसमें शामिल रहता है। इसका अर्थ है कि ग्राहक अपने स्टेशन पर माल आने पर उसकी रेल से उतरवाने तथा अपने गोदाम तक पहुँचाने के खर्च स्वयं देगा। यदि वह इसकी जिम्मेदारी विक्रेता पर हो-ईलना चाहता है तो उसका व्यय भ्रमण से बनाये गये मूल्य के अलावा चुकाना पड़ेगा।

~~अथवा~~
~~विक्रेता~~

(५) मूल्य, बीमा तथा भाड़ा (Cost, Insurance and Freight)—

इस मूल्य में माल का वास्तविक मूल्य, पैकिंग, निक्कटवर्ती स्टेशन तक ढुलाई, रेल किराया तथा बीमा व्यय सम्मिलित रहते हैं। इसका यह अर्थ है कि माल को ग्राहक के स्टेशन तक सुरक्षित पहुँचा देने का सारा खर्च विक्रेता स्वयं देगा लेकिन इसके भागे क्रेता ही जिम्मेदार है। यदि वह भागे कोई काम कराना चाहता है तो उसका व्यय अलग से चुकाना पड़ेगा।

(६) सर्व व्यय-मुक्त-मूल्य (Franco)—इस मूल्य में माल के मूल्य के अलावा माल को विक्रेता के गोदाम से ग्राहक के गोदाम तक पहुँचाने का खर्च भी शामिल है। ग्राहक को मूल्य के अलावा अलग से कोई भी व्यय देना नहीं पड़ेगा। विभिन्न मूल्यों का अर्थ निम्न से मती प्रकार प्रकट हो जाता है —

स्थानीय मूल्य = माल का मूल्य

स्टेशन पर मूल्य = माल का मूल्य + पैकिंग + गाड़ी भाड़ा

रेल पर मूल्य = माल का मूल्य + पैकिंग + गाड़ी भाड़ा + रेल सदाई

मूल्य एवं भाड़ा = माल का मूल्य + पैकिंग + गाड़ी भाड़ा + रेल सदाई
+ रेल किराया

मूल्य भाड़ा एवं बीमा = माल का मूल्य + पैकिंग + गाड़ी भाड़ा + रेल सदाई
+ रेल किराया + बीमा

सर्व-व्यय मुक्त मूल्य = माल का मूल्य + पैकिंग + गाड़ी भाड़ा + रेल सदाई
+ रेल किराया + बीमा + अन्य व्यय।

(V) मूल्य का भुगतान

साधारणतः मूल्य का भुगतान और भान की सुपुर्दगी एक ही समय पूरी होने वाली शर्तें हैं अर्थात् ग्राहक को माल लेते समय ही भुगतान कर देना चाहिए। यो क्रेता और विक्रेता की अधिकार है कि वे जब चाहे भुगतान देना और लेना तय करें। सुन्दर तो यह होगा कि भुगतान का समय पहले से तय कर लिया जाये जिससे बाद की आपस में मन-मुटाव न हो। भुगतान का जो समय एक बार तय हो जाय उसका दोनों पक्षों को पालन करना आवश्यक है नहीं तो माल गिरती है, मुकदमे आदि का भय उत्पन्न करना पड़ता है और परस्पर हमेशा के लिए सम्बन्ध बिगड़ जाते हैं। मूल्य किम प्रकार चुकाया जावेगा इसे सूचित करने के लिये व्यापार में कुछ विशेष शब्द प्रयोग होने लगे हैं जिनका वर्णन इस प्रकार है —

(१) तात्कालिक भुगतान (Spot Cash) तात्कालिक भुगतान का अर्थ यह है कि विक्रेता के स्थान पर ही मूल्य नकद चुका दिया जायेगा।

(२) शीघ्र भुगतान (Prompt Cash) का अर्थ यह है कि माल की सुपुर्दगी के बाद दो या तीन दिन के अन्दर ही दाम चुका दिये जायेंगे। इसके अन्तर्गत कोई बढ़ा नहीं काटा जाता। कहीं-कहीं बाजार के चलन के अनुसार शीघ्र भुगतान का अर्थ एक सप्ताह या १५ दिन के अन्दर भी भुगतान देना होता है।

(३) ३ प्रतिशत शीघ्र भुगतान (Three percent prompt cash) का अर्थ है कि मूल्य का भुगतान यदि दो-तीन दिन में ही किया जाय तो ३% बट्टा काटा जावेगा। इससे पश्चात् भुगतान करने पर बिना बट्टा काटे माल का मूल्य ठिकाना पड़ेगा।

मूल्य का भुगतान करने से सम्बन्धित शर्तें

(१) तत्कालिक भुगतान (Spot Cash)

(२) शीघ्र भुगतान (Prompt Cash)

(३) ३% शीघ्र भुगतान (3% Prompt Cash)

(४) ५% नकद (5% for cash)

(५) महीने भर में ५% (5% within a month)

(६) ३ माह में पूर्ण भुगतान (Three months net)

(७) आदेश के साथ भुगतान (C. W. O.)

(८) सुपुर्दगी के साथ भुगतान (C. O. D.)

(९) सुपुर्दगी के पूर्व भुगतान (C. B. D.)

(१०) अधिकार पत्र पाते समय नकद (C. D.)

(११) स्वीकृति पर अधिकार पत्र (D. A.)

(१२) बिल के भुगतान पर अधिकार पत्र (D. P.)

(४) ५% नकद (5% for cash) का अर्थ यह है कि यदि रकम का भुगतान एक सप्ताह के अन्दर दे दिया जाय तो भुगतान की जाने वाली रकम में ५% के हिमाव से बट्टा दिया जावेगा।

(५) महीने भर में ५% (5% within a month) का अर्थ है कि एक महीने के अन्दर भुगतान करने पर ५% बट्टा दिया जावेगा।

(६) तीन मास में पूरा भुगतान (Three months net) का अर्थ है कि भुगतान करने के लिए ३ मास की अवधि दी जाती है, भुगतान पूरा करना होगा कोई बट्टा नहीं जावेगा।

(७) आदेश के साथ भुगतान (Cash with order or C. W. O.) का अर्थ है कि खरीददार को आदेश के साथ दाम भेजने होंगे। यदि आर्डर के साथ रकमा न भेजा तो विक्रेता माल न भेजेगा।

(८) सुपुर्दगी के साथ भुगतान (Cash on delivery or C. O. D.) का अर्थ है कि भुगतान माल की सुपुर्दगी के समय किया जावेगा। जब तक दामों का भुगतान नहीं होगा तब तक माल की सुपुर्दगी नहीं दी जावेगी।

(९) सुपुर्दगी के पूर्व भुगतान (Cash before delivery or C. B. D.) का अर्थ है कि भुगतान सुपुर्दगी के पहले करना होगा।

विदेशी व्यापार में और कुछ सीमा तक देशी व्यापार में भुगतान के निम्न दग भी प्रचलित हैं—रेल या जहाज की बिल्टी किसी बैंक द्वारा ग्राहक को भेजी

जाती है और उसको यह आदेश दिया जाता है कि उक्त बिल्टी को पाने वाले के सुपुर्द तभी करे जब पाने वाला साथ में लिखा गया बिल स्वीकार कर ले या चुकादे। यह बैंक स्थापना सग्रह होने पर ग्राहक के खाते में जमा कर देता है।

(१०) अधिकार पत्र पाने समय नकद (Cash against documents or C. D) का अर्थ है कि बैंक बिल्टी पाने वाले को तभी देगा जब वह पूरा मूल्य चुका देगा।

(११) स्वीकृति पर अधिकार पत्र (Documents against acceptance or D. A) का अर्थ है कि विक्रेता ने बिल्टी बैंक द्वारा भेजी है जो क्रेता के साथ में भेजे गये बिल पर स्वीकृति देने पर ही दी जायेगी।

(१२) बिल के भुगतान पर अधिकार पत्र (Documents against payment or D. P) का अर्थ है कि जिस समय बिल्टी बैंक द्वारा क्रेता के समक्ष प्रस्तुत की जावे उसी समय साथ में भेजे गये बिल का भुगतान कर देना चाहिए, नहीं तो बिल्टी नहीं दी जावेगी।

यहाँ पर हमें बट्टा, कटौती या छूट के बारे में बता देना आवश्यक है। भुगतान से सम्प्रभित बट्टा, जिसे नकद बट्टा (Cash discount) कहते हैं, व्यापारिक छूट से भिन्न है। व्यापारिक छूट थोक विक्रेता द्वारा फुटकर विक्रेता को दी जाती है और इसलिए दी जाती है कि वह थोक विक्रेता के नियत किये हुए मूल्य पर बेच कर कुछ लाभ कमा ले, अधिक मात्रा में माल खरीदने पर जो छूट दी जाती है, वह भी व्यापारिक छूट ही है। व्यापारिक छूट का भुगतान से कोई सम्बन्ध नहीं होता। जैसे ही कोई सौदा होता है व्यापारिक छूट काट दी जाती है चाहे भुगतान अभी हो या न हो। इसी कारण हिसाब की किताब में शुद्ध रकम ही दिखाई जाती है लेकिन नकद छूट सौदा होते ही नहीं काटी जाती है। यदि निर्दिष्ट समय के अन्दर भुगतान कर दिया जाय, तभी वह काटी जावेगी। यदि भुगतान समय के अन्दर नहीं किया गया तो इसे काटने की आवश्यकता नहीं पड़ेगी। अतः नकद बट्टा घटाये बिना माल के कुल मूल्य से हिसाब में प्रविष्ट करली जाती है और जब बट्टा काटा जाता है तब ही उसकी प्रविष्टि भी कर देने हैं। इस प्रकार नकद बट्टा उपार लेने वाले ग्राहकों को समय के अन्दर रुपये चुकाने के लिये दिया गया प्रलोभन है।*

(VI) माल की सुपुर्दगी

क्रेता और विक्रेता के मध्य यह भी ले होना चाहिए कि सुपुर्दगी कब, कहाँ और किन तरह दी जावेगी। माल की सुपुर्दगी बड़ी महत्वपूर्ण है क्योंकि इस पर ही माल के स्वामित्व का प्रश्न निर्भर रहता है और स्वामित्व के साथ जोखिम जाता

* यदि दोनों ही प्रकार का बट्टा एक समय काटा जाना हो, तो विद्यार्थी याद रखें कि पहले व्यापारिक बट्टा कटेगा, और जो रकम शेष बचे उस पर नकद बट्टा निकलेगा।

है मर्यादा जो भी स्वामी होगा उसे ही जोखिम भुगतनी पड़ती है। माल की सुपुर्दगी के समय, स्थान और ढङ्ग के सम्बन्ध में तै हुई शर्तों के अनुसार कुछ सांकेतिक शब्दों का प्रयोग किया जाता है, जिनका अर्थ भली प्रकार समझ लेना चाहिये।

(१) सुपुर्दगी का ढङ्ग

विक्रेता का मतलब है कि वह क्रेता को उतनी ही मात्रा सुपुर्द करे जितनी

उसने मंगाई है नहीं तो ग्राहक माल लौटा

सकता है। माल की सुपुर्दगी में दो

(१) सुपुर्दगी का ढंग

बातें शामिल हैं—कच्चे का परिवर्तन और

(i) वास्तविक सुपुर्दगी।

स्वामित्व का परिवर्तन। यदि कोई

(ii) सांकेतिक सुपुर्दगी।

प्रापको अपना हट रखने के लिये दे दे तो

(२) सुपुर्दगी का स्थान

यह कच्चे का परिवर्तन कहलायेगा स्वा-

(i) सौदे के स्थान पर सुपुर्दगी।

मित्व का नहीं क्योंकि इस प्रकार हट पाने

(ii) घाट पर सुपुर्दगी।

से प्राप्त उसके स्वामी नहीं हो जाते।

(iii) जहाज से निकलता सुपुर्दगी।

इसी प्रकार यह सम्भव है कि प्राप्त माल

(iv) सरकारी गोदाम पर

के स्वामी बन जायें और माल पर प्राप्त

सुपुर्दगी।

करना न हो। जैसे, विक्रेता को प्राप्त

(३) सुपुर्दगी का समय

एक सेर बीनी के, जो बन्द है, दाम दे

(i) तैयार सुपुर्दगी।

दिये तो इस दशा में प्राप्त माल के स्वामी

(ii) शीघ्र सुपुर्दगी।

तो हो गये लेकिन कच्चा प्राप्त नहीं

(iii) शीघ्र बिक्री होने पर

मिला। अतएव पूर्ण सुपुर्दगी तभी होगी

सुपुर्दगी।

जब दोनों ही बातें हों—माल का कच्चा

(iv) त्रिकट सुपुर्दगी।

भी और स्वामित्व भी। माल का कच्चा

(v) प्राणामी सुपुर्दगी।

दो प्रकार से दिया जा सकता है (i) वास्त-

(vi) माल के प्राप्त जाने पर

विक रूप से या (ii) सांकेतिक रूप

सुपुर्दगी।

से। जब वास्तविक माल ही क्रेता के

हवाले कर दिया जाये तो इसे वास्त-

विक सुपुर्दगी (Actual delivery) कहेंगे और यदि माल इस प्रकार रख

दिया जावे कि जब चाहे क्रेता उसकी ले सकता है तो इसे सांकेतिक सुपुर्दगी कहते हैं।

जैसे माल गोदाम की ताली दे देना, माल की सांकेतिक सुपुर्दगी है। माल किम ढङ्ग

से पहुँचाया जाय, यह बात भी क्रेता और विक्रेता के बीच तै हो जानी चाहिए।

यदि कोई बात तय नहीं हुई है तो साधारण व्यापारिक प्रथा के अनुसार माल को

पहुँचा देना चाहिए।

(२) सुपुर्दगी का स्थान

यदि क्रेता और विक्रेता के मध्य कोई बात तै नहीं हुई है तो माल की

सुपुर्दगी विक्रेता के गोदाम पर ही की जावेगी। क्रेता और विक्रेता को अधिकार है कि

वे परस्पर सुपुर्दगी का स्थान निश्चित कर लें। सुपुर्दगी का स्थान सूचित करने के लिए निम्न शब्द प्रयोग किए जाते हैं—

(i) सौदे के स्थान पर सुपुर्दगी (Spot delivery) का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी सौदा तब होने के स्थान पर ही होगी और तुरन्त ही की जा सकती है।

(ii) घाट पर सुपुर्दगी (Ex quay) का अर्थ है कि जिस समय माल घाट पर आ जाय खरीददार उसी समय माल की सुपुर्दगी ले सकता है।

(iii) जहाज से निकलता सुपुर्दगी (Ex-ship or Free over-side)—का अर्थ है कि गन्तव्य बन्दरगाह पर जहाज के आ जाने पर खरीददार को माल की सुपुर्दगी दी जावेगी अर्थात् खरीददार को माल उतारने की व्यवस्था स्वयं करना पड़ेगी और जहाज से हटते ही विक्रेता पर कोई जिम्मेदारी न रहेगी।

(iv) सरकारी गोदाम पर सुपुर्दगी (Ex-warehouse) का अर्थ है कि खरीददार को माल को सुपुर्दगी सरकारी माल गोदाम के दरवाजे पर मिलेगी और उसे वहाँ से ले जाने का दायित्व भी खरीददार का है।

(3) सुपुर्दगी का समय

क्रेता और विक्रेताओं के मध्य यदि कोई समय तय न हुआ हो तो माल की सुपुर्दगी उचित समय के अन्दर दी जावेगी। उचित समय क्या है यह प्रत्येक मामले की भिन्न-भिन्न दशा पर निर्भर है। तब हुए समय के अनुसार निम्न शब्द प्रयोग किये जा सकते हैं—

(i) तैयार सुपुर्दगी (Ready delivery) का अर्थ है कि माल तुरन्त सुपुर्दगी के लिए तैयार है।

(ii) शीघ्र सुपुर्दगी (Prompt delivery) का अर्थ है कि माल सुपुर्दगी के लिए तैयार है और खरीददार सौदा होते ही सुपुर्दगी ले सकता है। कहीं-कहीं इसका अर्थ यो भी लगाया जाता है कि माल की सुपुर्दगी थोड़े ही दिनों में दे दी जावेगी।

(iii) शीघ्र विक्री होने पर सुपुर्दगी (Delivery on prompt sale) का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी उस दिन की जावेगी, जिस दिन माल की सुपुर्दगी और उसका आदान दोनों काम करना तब हुआ है।

(iv) निकट सुपुर्दगी (Near delivery) का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी कुछ दिनों के अन्दर होने वाली है।

(v) आगामी सुपुर्दगी (Forward delivery) का अर्थ है कि माल की सुपुर्दगी किसी आगामी दिन दी जावेगी, जैसे यदि सौदा मई में हो और सुपुर्दगी देना अगस्त में तब हो तो यह आगामी सुपुर्दगी कहलावेगी।

(vi) माल के आ जाने पर सुपुर्दगी (To arrive)—का अर्थ है कि माल रास्ते में है और उसके आते ही सुपुर्दगी, दे दी जावेगी। इस शर्त के अन्तर्गत यदि माल नहीं आया तो विक्रेता सुपुर्दगी देने के लिए बाध्य नहीं होगा।

निष्कर्ष—जिन शर्तों का ऊपर वर्णन किया गया है उनका पालन करना दोनों पक्षों के लिए अनिवार्य है। यदि कोई पक्ष इनका उल्लंघन करता है तो उसे दूसरे पक्ष के विरुद्ध कुछ कानूनी अधिकार प्राप्त होते हैं। कुछ ऐसी भी बातें हैं जो यदि क्रेता और विक्रेता में तर्क न भी हो तो भी कानून द्वारा उनका पालन कराया जाता है और यदि कोई पक्ष इनका पालन नहीं करता तो उस पर दूसरे पक्ष को कुछ अधिकार प्राप्त हो जाते हैं।

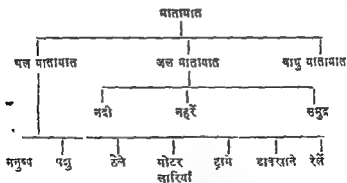
Standard Questions

- 1 Discuss the special points to be decided at the time of entering into a contract of sale
- 2 In what various ways can the quality of goods be indicated ? Illustrate with examples
- 3 What are the terms often used in connection with the weight of goods purchased ? How is the value determined ?
- 4, Distinguish between —
 - (a) A sample and A Pattern
 - (b) Cash discount & Trade discount
 - (c) Constructive Delivery and Actual delivery

माल भेजने के ढंग

(Despatch of Goods)

प्रारम्भिक—प्रस्तुत अध्याय में हम उन ढंगों का वर्णन करेंगे जिनके द्वारा देशी व्यापार में माल एक स्थान से दूसरे स्थान को भेजा जाता है। जैसा कि हम आपकी पहले बता आए हैं, यातायात की उन्नति पर ही व्यापार का विस्तार निर्भर है। प्राचीन काल में यातायात के साधन बहुत धीमे, व्ययशील तथा जोखिमों से परिपूर्ण थे इसलिए व्यापार भी बहुत सकुचित क्षेत्र में होता था। परन्तु आज स्थिति बहुत बदल गई है। विज्ञान की कृपा से यातायात के द्रुतगामी, सस्ते और सुरक्षित साधन उपलब्ध हो गये हैं जिनके कारण व्यापार विश्व-व्यापी हो गया है। यह नहीं समझना चाहिये कि प्राचीन साधन लोप हो गये हैं। सच तो यह है कि पुराने साधन नये साधनों के साथ जोड़े-बहुत रूप में आज भी विद्यमान हैं। यातायात के मुख्य साधन इस प्रकार वर्गीकृत किये जा सकते हैं —



(१) थल-यातायात

(१) **मनुष्य**—प्रादि काल से मनुष्य भार उठाने का साधन रहा है। आजकल भी पिछड़े हुए देशों में वह बोझा ढोने का एक मुख्य साधन है। पहाड़ी प्रदेशों में भी

मनुष्य बोझा होता है। सम्य देशों में नगरों के अन्दर छोटे-छोटे पार्सल होने के लिए मनुष्यों का ही प्रयोग किया जाता है। आइवल्स इ हे पत्तेदार, कुली आदि नामों से पुकारा जाता है। साधारण भारतीय कुली दो मन से लेकर तीन मन तक बोझा बड़ी कुर्तों के साथ ले जाता है। इनका प्रयोग उस दशा में विशेष रूप से किया जाता है जबकि माल अधिक भारी नहीं है तथा थोड़ा ही दूर भेजना है। अन्य शब्दों में वह स्थानीय सुपुर्दगी के लिए काम आता है।

(२) पशु—सभ्यता की उन्नति के साथ-साथ जब मनुष्य को पशु के गुण मालूम हुए तो वह उनकी बोझा ढोने के काम में भी लाने लगा और इस प्रकार उसने अपना बोझा हल्ला कर लिया। दूर-दूर तक इनकी पीठ पर अपनी गृहस्थी का सामान एवं अन्य पैदावार लेकर घूमना सम्भव हो गया। आज भी इनका महत्व काफी है। ये पशु ग्रामों से नगरों और नगरों से ग्रामों को ई घन, मिट्टी, घनाज आदि लाते ले जाते हैं। पहाड़ी प्रदेशों में भी ये बोझा ढोने के काम में आते हैं। नगरों के व्यापारी इनका कम प्रयोग करते हैं। पशु यातायात के कई विशेष लाभ हैं। प्रथम तो पशु बहुत सस्ती लागत पर ही पाले जा सकते हैं। द्वितीय भारत की अधिकसित यातायात व्यवस्था में ये कच्ची सड़कों पर बहुत अच्छी प्रकार से चल सकते हैं।

(३) ट्रेले और गाड़ियाँ—ट्रेले और गाड़ी में यह अन्तर है कि जबकि ट्रेल मनुष्य द्वारा खींची जाती है, गाड़ी को पशु खींचते हैं। ग्रामवासी बेल गाड़ियों द्वारा अपनी पैदावार मण्डियों में लाते हैं क्योंकि वे अपने हल चलाने वाले बैलों को ही गाड़ियों में जोत सकते हैं। गाड़ियों में ट्रेले और बेलगाड़ी स्टेशन से गोदाम तक माल लाने और ले जाने में और स्थानीय सुपुर्दगी के लिए प्रयोग किये जाते हैं। आजकल गाड़ी के पहिये रबर-टायर के भी बनने लगे हैं।

(४) मोटर सारियाँ—यस यातायात का यह एक नवीन व महत्वपूर्ण साधन है जो शक्ति द्वारा चलाये जाते हैं। इनके द्वारा देश में दूर-दूर तक माल भेजना रेलों से भी अधिक महत्वपूर्ण होता जा रहा है क्योंकि प्रथम तो, यह हमारी सुविधानुसार समय पर माल ले जा सकती हैं। द्वितीय, हमारे गोदाम से माल लेकर ग्राहक के द्वार तक माल छोड़ सकती हैं। तृतीय, माल भेजने में अधिक सावधानी बरती जाती है क्योंकि मोटर का अधिकारी उस पर व्यक्तिगत ध्यान देता है। चतुर्थ, रेलों के समान इसमें अनेक प्रकार के फार्म आदि भरने की आवश्यकता नहीं होती। यदि माल थोड़ा भेजना है और बहुत अधिक दूर तक नहीं भेजना है तो यातायात का यह ढग अन्य की अपेक्षा सस्ता भी पड़ता है। पाँचवें, माल पाने वाले के पास अपेक्षाकृत दीर्घ पहुँचाया जा सकता है, क्योंकि इसके लिये विभिन्न स्टेशनों पर ठहरने का फर्मट आदि नहीं होता। बड़े-बड़े व्यापारी अपनी प्राइवेट सारियाँ रखते हैं जिनकी बाँड़ी पर वे अपना

सड़क से माल ले जाने वाले साधनों में मोटरों का इतना महत्व है कि सड़क यातायात से प्रायः मोटर यातायात का ही अभिप्राय समझा जाता है।

व्यापार सम्बन्धी विज्ञापन भी प्रदर्शित करते हैं। इनके अनिवार्य पेसेवर मालिकों की सारियाँ भी होती हैं जिन्हें वे किगये पर चढ़ाते हैं। कुछ कम्पनियाँ तो एक प्रान्त ही नहीं कई प्रान्तों में अपना जाल फैलाये हुए हैं। ये रेलों के समान मान भेजने की रसोद जारी करती हैं जिनका वेचान करके माल मनोवांछित व्यक्ति को दिलवाया जा सकता है।

(५) ट्रामे (Tramways)—कुछ बड़े नगरों में ट्राम गाड़ियाँ चलती हैं। इनके द्वारा हलके तथा छोटे पार्सल ही नगर के अन्दर भेजे जा सकते हैं।

(६) डाकखाना—जैसा कि हम “डाकखाने की व्यापारिक सहायता” नाम की तृतीय पुस्तिका में बख़्त कर भाये हैं, इसके और छोटे पार्सल तथा मूल्यवान् वस्तुओं, डाकखाने द्वारा पैकेट, पार्सल, रजिस्टर्ड पैकेट तथा पार्सल, बीमा कराये हुये पैकेट और पार्सल अथवा बी० पी० रीति से भेज सकते हैं। व्यापार में इनका उपयोग हल्की, छोटी तथा मूल्यवान् वस्तुओं के यातायात तक ही सीमित है।

रेलों द्वारा माल भेजना

(७) रेलें—प्राधुनिक युग की महान् विजय रेलों का आविष्कार है जिन्होंने व्यापारिक क्षेत्र में हलचल मचा दी। अविश्वस्त व्यापार रेलों द्वारा ही होता है विशेषतः देशी व्यापार तो रेलों के कारण ही वृद्धि को प्राप्त हुआ है। रेलों से यातायात के निम्न लाभ हैं —

- १ रेल द्वारा देश के एक कोने से दूसरे कोने तक माल पहुँचाया जा सकता है।
- २ इनके द्वारा माल भेजने में, विशेषकर दूरी के यातायात में, कम खर्च होता है।
- ३ इनके द्वारा बड़ी मात्रा में माल भेजा जा सकता है।
- ४ यह माल ले जाने का एक द्रुतगामी साधन है।

रेलों द्वारा माल दो प्रकार से भेजा जा सकता है—मातमाड़ी द्वारा अथवा सवारी गाड़ी द्वारा। रेलवे कम्पनी माल अपनी जोखिम पर भी ले जाती है और भेजने वाले की जोखिम पर भी। जो माल ठीक प्रकार से पैक नहीं होना या जिसके टूटने-फूटने या खराब होने का डर हो उसे रेलवे सर्वे भेजने वाले की जोखिम (Owner's risk) पर ले जाती है। यदि माल टूटने-फूटने वाला नहीं है तथा रेलवे के नियमानुसार बँधा हुआ है तो रेलवे कम्पनी अपनी जोखिम (Company's risk) पर ले जाती है। प्रथम दत्ता में रेलवे कम्पनी माल को पहुँचो बिमी क्षति के लिये तब ही उत्तरदायी होगी जबकि यह सिद्ध हो जाय कि ऐसी क्षति रेलवे कर्मचारियों की असावधानी या, जान-बूझ का परिणाम है। अतः जब माल छुड़ाया जाय तो पाने वाले को चाहिए कि यदि माल में कोई टूट-फूट मालूम पड़े तो गुरन्त ही उसे स्टेशन पर नियुक्त माल-निरीक्षक (Goods Inspector) के ध्यान में ला दे और प्रमाण-पत्र प्राप्त कर ले

जिससे बाद में हर्जाना कमूल करने में कठिनाई न हो। दूसरी दशा में पहुँची किसी भी दिति के लिये रेलवे कम्पनी ही उत्तरदायी होती है। पाने वाले को टूट-फूट के सम्बन्ध में निरोधक से प्रमाण-पत्र प्राप्त करना नहीं मूलना चाहिए।

रेलों द्वारा माल भेजने का ढंग इस प्रकार है

(१) गाड़ी का निश्चय करना—माल भेजने वाले को चाहिए कि सर्वप्रथम वह हम बात का निश्चय करे कि माल सवारी गाड़ी से भेजा जाय अथवा माल गाड़ी से। सवारी गाड़ी माल गाड़ी की अपेक्षा माल जल्दी पहुँचाती है इसलिये उसका किगारा अधिक लगता है। प्रायः छोटी पार्सल या मूल्यवान् वस्तुएँ, शीघ्र बिगड़ने वाले पदार्थ एवं जल्दी सुपुर्दगी का माल सवारी गाड़ी द्वारा भेजा जाता है। भारी तथा साधारण माल जिसकी सुपुर्दगी के लिये जल्दी न हो प्रायः माल गाड़ी द्वारा ही भेजा जाता है। युद्ध काल में तथा युद्ध के उपरान्त गाड़ियों में माल ले जाने के लिये स्थान की बहुत कमी अनुभव की गई और बहुत लदान (Loading) रेलवे अधिकारियों द्वारा बन्द कर दिया जाता था और वैगनों की पर्याप्त मात्रा में उपलब्धि नहीं होती थी। वैगनों की कमी तो आज भी अनुभव की जा रही है। इसलिए व्यापारी को चाहिए कि वह सम्बन्धित स्टेशन से पूछ कर इस बात का पता लगा ले कि वैगन मिल सकता है या नहीं जिससे बाद में उसकी परेशान न होना पड़े।

रेलों द्वारा माल भेजने के ढंग से सम्बन्धित ८ बातें

(१) गाड़ी का निश्चय करना।

(२) माल पैक करना, लेबिल लगाना आदि।

(३) माल को स्टेशन ले जाना।

(४) गाड़ी में भेजने के लिए प्रार्थना-पत्र भरना।

(५) जोलिम-पत्र

(६) रेलवे अधिकारी को माल की सुपुर्दगी।

(७) बिल्टी।

(८) बिल्टी का बेचान करना।

(२) माल पैक करना, लेबिल लगाना

आदि—माल को रेलगाड़ी से भेजते समय पैकिंग के सम्बन्ध में बड़ी सावधानी रखनी चाहिए। यह तो हम सभी का अनुभव है कि डिब्बों में माल लादते समय अथवा उतारते समय रेलवे के कुली-दितनी बेदरदी में काम लेते हैं। उल्टा सीधा, बहुत ऊपर से और बहुत जोर से माल को पटक देते हैं। यदि पैकिंग ठीक न हुआ तो माल की हानि पहुँचने का भय रहता है। साथ ही रेलवे कम्पनी भी उसे अपनी जोलिम पर नहीं ले जावेगी। पैकिंग प्रायः काठ, टीन, लूट, चटार्ड आदि का, जैसी भी आवश्यकता हो, किया जाता है। माल के पैकिंग के लिये बड़े कार्यालयों में तो विशेषज्ञ नियुक्त किये जाते हैं।

पैकिंग के ऊपर पाने वाले का नाम और पता माफ-साफ लिख देना चाहिए। प्रायः नाम और पता एक चिट पर लिखकर पैकिंग पर चिपका दिया जाता है और साथ ही गहरी स्वाही से पैकिंग की वस्तु के ऊपर लिख भी दिया जाता है। यदि चिट

फट जाय अथवा मिट जाय तो पैकिंग की वस्तु का पता तो सुरक्षित रहेगा । पाने वाले की सुविधा के लिये पैकिंग पर भूचक चिह्न भी डाल देना चाहिए जिसकी सहायता से गन्तव्य स्टेशन पर माल पहुँचने पर पाने वाला ढेर में से अपना बगडल सुगमता-पूर्वक छाँट सके ।

यदि कोई टूटने-फूटने वाली वस्तु जैसे काँच आदि, भेज रहे हो तो रेलवे कर्मचारियों को सावधान करने के लिये निम्न प्रकार का निर्देश, चिटो पर लिख कर बिपका देना चाहिए, जैसे 'काँच है—सावधान', 'इस भाग की ऊपर रखिये', इत्यादि ।

(३) माल को स्टेशन से जाना—मान का पैकिंग करने के उपरान्त माल को उचित समय के भीतर स्टेशन पहुँचा देना चाहिए जिससे गाड़ी के छूटने में पूर्व ही माल सुविधापूर्वक ही टिब्बो में भरा जा सके । स्टेशन तक पहुँचाने के लिये हम अपनी धीरे से व्यवस्था करनी होगी और इसके लिये हम कुत्ती, बेलगाड़ी, ठेला अथवा लारी की सेवा का प्रयोग कर सकते हैं ।

(४) गाड़ी से भेजने के लिए प्रार्थना-पत्र भरना—स्टेशन के पार्सल क्लर्क में उचित फार्म लेकर प्रार्थना-पत्र भरना चाहिए । यदि माल सवारी गाड़ी से भेज रहे हैं तो एक 'फारवार्डिंग नोट' (Forwarding Note) लेकर भरना पड़ेगा । यदि माल मालगाड़ी से भेज रहे हैं तो एक 'कन्सिग्नमेंट नोट' (Consignment Note) भरना होगा । ये फार्म मुफ्त मिलते हैं । इनमें भेजने वाले की निम्नलिखित बातें देनी पड़ती हैं—

(अ) मान पाने वाले का नाम और पता ।

(ब) गन्तव्य स्टेशन का नाम ।

(ग) बगडलो की मरमा, तोल एवं अन्य विवरण ।

(घ) भाड़ा कौन चुकावेगा—पाने वाला अथवा भेजने वाला ?

(ङ) भाड़े की राशि—इसकी दर मानगाड़ी और सवारी गाड़ी, वस्तु के प्रकार तथा कम्पनी की या भेजने वाले की जोखिम के अनुसार भिन्न-भिन्न होती है ।

प्रार्थना-पत्र में भेजने वाला अपने हस्ताक्षर भी करता है । यदि भेजने वाला स्वयं ही माल छुड़ावेगा तो उसे पाने वाले के स्थान में 'स्वयं' (Self) लिख देना चाहिए ।

(५) जोखिम पत्र (Risk Note) भरना—प्रार्थना-पत्र के साथ भेजने वाले को एक जोखिम पत्र भी भरना पड़ता है जिसमें लिखा रहता है कि माल को स्वामी की जोखिम पर ले जाया जा रहा है अथवा कम्पनी की जोखिम पर । दोनों के लिये प्रलग-प्रलग प्रकार के जोखिम-पत्र होते हैं ।

(६) रेलवे अधिकारी को माल की सुपुर्दगी—प्रार्थना पत्र और जोखिम पत्र भर कर रेलवे बंक्क को दिये जाते हैं जो उनका माल से मिलान करता है । यदि

मान का पेंसिंग टीक है, माल टूटने-फूटने वाला या नाशवान नहीं है तो वह कम्पनी की जोखिम पर माल स्वीकार कर लेता है। वह मान की तोल, सरया आदि भी जांचता है, भाड़े की गणना करता है और उचित भाड़ा मिलने पर (यदि भाड़ा भेजने वाले को ही देना है) माल अपने कच्चे में ले लेता है और भेजने वाले को माल की रसीद दे देता है।

(७) बिल्टी (Railway Receipt)—माल को वह रसीद जो रेलवे कम्पनी द्वारा मान भेजने वाले को दी जाती है 'बिल्टी' कहलाती है। इसमें निम्नलिखित बातें दी जाती हैं—

(अ) माल रखाना करने का स्थान।

(ब) गन्तव्य स्टेशन।

(ग) माल भेजने वाले का नाम।

(द) माल पाने वाले का नाम।

(इ) माल का विवरण।

(फ) माल की तोल।

(ज) भाड़े की रकम।

(ह) भाड़ा चुका दिया गया है अथवा गन्तव्य स्टेशन पर पाने वाला चुकायेगा।

रसीद के पीछे ये बातें भी लिखी होती हैं जिस पर रेलवे कम्पनी माल ले जा रही है। प्रत्येक बिल्टी पर अम-संत्या लिखी होती है और उस पर रेलवे अधिकारी के हस्ताक्षर एवं मुहर लगी होती है। यह बिल्टी भेजे हुए माल की रसीद का काम करती है। साथ ही यह उस अनुग्रह का प्रमाण है जो रेलवे कम्पनी तथा माल के स्वामी के मध्य माल ले जाने के लिये हुआ है। इसके अलावा बिल्टी माल दिखाने का अधिकार-पत्र भी है जिसे दिखाने पर माल बिल्टी लाने वाले को मौप दिया जावेगा।

(८) बिल्टी का बेचान करना—यदि बिल्टी में पाने वाले के स्थान पर खरीददार का नाम लिखा है तो उसे ही बिल्टी उसे डाक द्वारा रजिस्टर्ड पत्र से भेज दी जाती है जिसमें वह माल पहुँचने पर छुड़ा ले। लेकिन जब पाने वाले के स्थान पर स्वयं भेजने वाले का नाम लिखा है तो गन्तव्य स्टेशन पर माल के पहुँचने पर सुपुर्दगी लेने के लिए बिल्टी को अपने प्रतिनिधि के पास भेजने से पूर्व उस पर बेचान करना भी आवश्यक होगा। बेचान बिल्टी की पीठ पर हस्ताक्षरों से किया जाता है। उसमें रेलवे कम्पनी को माल सुपुर्द करने की आज्ञा दी जाती है। जिस व्यक्ति को सुपुर्दगी की जानी हो उसका नाम खोलना अथवा न खोलना उसकी इच्छा पर निर्भर है।

क्या बिल्टी एक विनिमय साध्य पुर्जा है ?

यह उल्लेखनीय है कि बिल्टी एक पर्ट-विनिमय साध्य पुर्जा (Semi Negotiable Instrument) है। यह विनिमय साध्य तो इसलिए है कि उसे बेचान

एक सुपुर्दगी द्वारा दूसरे व्यक्ति की विनिमय किया जा सकता है। लेकिन वह पूर्ण विनिमय साध्य नहीं है क्योंकि उस पर विनिमय माध्य स्वको की यह विशेषता लागू नहीं होती कि पाने वाले का अधिकार देने वाले को अपेक्षा श्रेष्ठ होगा। यदि वह स्वको को निर्दोष भाव में, दोष के अनजान में और मूल्य देकर ले। उदाहरण के लिये, चेक एक विनिमय साध्य स्वका है। मान लो कोई व्यक्ति A किसी B का एक चेक चुराकर C को दे देता है जो उसे निर्दोष भाव में और मूल्य के बदले लेता है। ऐसी दशा में यद्यपि A का चेक पर अधिकार दोषपूर्ण है फिर भी C को श्रेष्ठ अधिकार मिल जाता है। लेकिन बिल्टी के विषय में ऐसा नहीं है। यदि A, B की बिल्टी चुराकर C को दे देता है तो भले ही C ने मूल्य देकर और निर्दोष भाव में बिल्टी को प्राप्त किया हो उसका अधिकार A की भांति ही दोषपूर्ण होगा।

मान पाने वाले को चाहिए कि जैसे ही माल छावे बिल्टी दिखाकर माल छुड़ा ले। यदि भाड़ा चुकाया नहीं गया है तो माल लेते समय ही भाड़ा चुकाता पड़ेगा। रेलवे कम्पनी माल पहुँचने के बाद माल ले जाने के लिए कुछ दिनों की अवधि देती है। यदि इस अवधि के अन्दर माल नहीं छुड़ाया गया तो पाने वाले को बिलम्ब शुल्क (Demurrage) देना होगा।

कभी-कभी ऐसा भी होता है कि पाने वाले से माल की बिल्टी ली जाती है। ऐसी दशा में माल छुड़ाने के लिये क्या करना चाहिये? इसके लिये पाने वाले को चाहिए कि वह स्टेशन अधिकारियों से मिले और उनके सम्मुख समस्त परिस्थिति रत्ने। बिश्वास दिलाने के लिए रेलवे में किन्हीं प्रसिद्धि व्यक्तियों द्वारा अपने सद्भाव की साक्षी दिलवा देनी चाहिए। यदि अधिकारीगण मन्तुष्ट हो जायें तो वे एक हरजाने का प्रतिज्ञापत्र (Indemnity Bond) भरवाकर माल उसे सौंप देंगे। इस प्रतिज्ञापत्र पर उचित रूप से टिकट लगाया जाता है और पाने वाला रेलवे कम्पनी के प्रति इस बात की प्रतिभा करता है कि यदि भविष्य में रेलवे कम्पनी को किसी तीसरे व्यक्ति का दावा पूरा करना पड़े तो प्रतिज्ञा करने वाला रेलवे कम्पनी की क्षति पूर्ण करेगा। यदि रेलवे कम्पनी को पाने वाले की नियत पर कोई शक हो तो वह पहले माल भेजने वाले में पूछताछ करती है और सन्तोषजनक उत्तर प्राप्त होने पर उसे माल दे देती है।

(II) जल यातायात

जल-यातायात के अन्तर्गत, नहर तथा समुद्र द्वारा यातायात सम्मिलित है। देशी व्यापार में समुद्री यातायात का बहुत कम महत्व है। शी, विदेशी व्यापार का तो वह प्रमुख साधन है। दो बन्दरगाहों के बीच होने वाले किंचित देशी व्यापार में समुद्र का हाथ है। नदी और नहरों तो प्राचीन काल में देशी व्यापार का प्रमुख साधन थी। लेकिन मटक और रेलों के बिकाम से उनका महत्व बहुत घट गया है। अब तो नदी-वर्ती नगरों के बीच नाववाह पदार्थों के यातायात में उनका प्रयोग होता है।

हमारी राष्ट्रीय सरकार नदी और नहरों द्वारा यातायात की व्यवस्था को निपुण बनाने के लिये भरसक प्रयत्न कर रही है। नदी यातायात के कुछ विशेष लाभ हैं। इनमें कोई मार्ग बनाने की आवश्यकता नहीं। स्टेशनों आदि के निर्माण जैसा व्यय भी इनमें नहीं करना पड़ता। हिंसने में टूटने वाली वस्तुओं के लिए यह यातायात विशेष लाभदायक है। इसका लागत व्यय भी अन्य साधनों की अपेक्षा कम है।

(III) वायु यातायात

यह मान भेजने का सबसे द्रुतगामी साधन है। परन्तु इसके द्वारा मास भेजने में व्यय अधिक पड़ता है। इसके द्वारा बड़े पैमाने पर मास भेजना भी सम्भव नहीं। अतः इस साधन का प्रयोग मूल्यवान और हल्की वस्तुओं के भेजने में ही होता है। देशी व्यापार में तो इसका प्रयोग नहीं के बराबर है।

Standard Questions

- 1 Briefly describe the produce of sending goods by rail
- 2 Define R/R What are its contents? Is it negotiable?

बिक्री बढ़ाने के उपाय

(Methods of Increasing Sale)

माल बेचने की समस्या

किसी भी प्रकार का व्यापारी हो, पुस्तक विक्रेता, साइबिल कम्पनी, धनाज का व्यापारी, कपड़ा विक्रेता भयवा पान वाला, सभी के मुँह पर बस एक बात है कि 'भाई ! दिन बड़े खराब आये हैं। सुबह मैं दोपहर और दोपहर से रात हो जाती है परन्तु बिक्री कुछ भी नहीं होती।' सचमुच ही माल बेचने की समस्या बड़े उग्र रूप में आज प्रत्येक व्यापारी के सामने उपस्थित है। एक-एक वस्तु की अनेक किस्में चल निकली हैं और एक-एक किस्म के सैकड़ों बनाने और बेचने वाले हैं। दूसरी ओर आज उपभोक्ताओं की दशा बड़ी खराब है। उनका रहन सहन गिरा हुआ है। वे अधिक वस्तुयें खरीदने में असमर्थ हैं। इस प्रकार पूर्ति और माँग का सन्तुलन बिगड़ा हुआ है। ऐसी परिस्थिति में यदि बिक्री कम हो जाय, तो एक स्वाभाविक बात है। फिर क्या सतोष करके बैठ जायें ? क्या व्यापारी को अपनी बिक्री बढ़ाने के लिये प्रयत्न नहीं करना चाहिये ? अवश्य ! प्रत्येक व्यापारी प्रतिदिन दुकान खोलते समय भयवा बत्ती जलाते समय मन ही मन भगवान से यह प्रार्थना करता है कि हे भगवान ! ग्राहक भेजो और मेरी बिक्री कराओ। परन्तु बहुत बड़े व्यापारी इस बात को समझते हैं कि बिक्री बढ़ाना या न बढ़ाना ग्राहक जाना या न जाना बहुत कुछ उनके निजी प्रयत्नों पर निर्भर है। उसे चाहिये कि वह स्वयं भी बिक्री बढ़ाने का प्रयत्न करे, हाथ पर हाथ धर कर भाग्य को कोसता हुआ या वैव दैव पुकारता हुआ न बैठ रहे। ऐसे अनेक साधन हैं जिनमें बिक्री बढ़ाई जा सकती है। इस अध्याय में इन्हीं बातों पर प्रकाश डाला गया है।

बिक्री बढ़ाने के साधन

बिक्री बढ़ाने के अनेक साधन हैं। किस व्यापार में कौनसा साधन अधिक उपयुक्त होगा भयवा किस स्थान के लिये कौन सा साधन प्रयोग करना चाहिये, इसका निर्णय व्यापार के स्वभाव, स्थान और खुद व्यापारी की आर्थिक स्थिति का

विचार करने के बाद हो सकता है। उदाहरण के लिये, एक बगडा विक्रेता के लिये जो साधन उपयुक्त हैं, उनका कार्य विक्रेता के लिये भी उपयुक्त होना आवश्यक नहीं है। विरोध बढ़ाने के कुछ महत्वपूर्ण साधन निम्नलिखित हैं —

(१) दुकान की सज्जज और व्यवस्था—दुकान की सज्जज में अभिप्राय उसके बाहरी रूप से है जबकि व्यवस्था का आशय दुकान के आन्तरिक रूप से होता है अर्थात् ग्राहक को दुकान बाहर और भीतर दोनों ओर से सुमंगित एवं सुव्यवस्थित लगानी चाहिए। सज्ज बट और व्यवस्था ग्राहक के मन पर अनुकूल प्रभाव डालती है। तनिक कल्याण करिये। आपके किसी मित्र ने अनियमित मोल लाने के लिये आपके मोहन होजियरी स्टोर्स का पता दिया। बाजार में जाने पर आपने मोहन होजियरी स्टोर्स का साइनबोर्ड खोजने का प्रयत्न किया। साइनबोर्ड टेढ़ा लटका हुआ है, वाणिज्य दरमात पढ़ने से धुल चुकी है, अक्षर साफ पढ़ने में नहीं आते। दुकान का दर्वाजा आधा बन्द और आधा खुला है। बाहरी अलमारियों में माल उल्टा-सीधा पड़ा है। पता नहीं लगता कि दुकान में क्या माल मिल सकता है क्या नहीं। मन मारे हुए अन्दर गये, दिखाई भी नहीं पड़ता कि कौन कहां है, रोशनी का प्रभाव है, बैठने के लिये कोई कुर्सी नहीं, गड्ढे ही पड़े दुकान के कर्मचारी से अनियमित दिखाने की कृपा। जिस नम्बर की अनियमित आप चाहते हैं, आसानी से नहीं निकल रही है, क्योंकि दुकान के अन्दर माल जम से नहीं सथा है। अन्दर दरवाजे से सफेदी नहीं हुई है, मिट्टी और गर्द चारों तरफ छाई है। स्पष्ट है कि ऐसी दुकान का आपके मन पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ेगा। भविष्य में आप कभी भी उसमें जाने का प्रयत्न नहीं करेंगे।

अतएव प्रत्येक व्यापारी का यह कर्तव्य है कि वह अपनी दुकान के अन्दर की व्यवस्था और बाहरी गज्जाबट पर पूरा-पूरा ध्यान दे। इसके लिये उसे निम्नलिखित बातों का ध्यान करना चाहिये —(i) दुकान का साइनबोर्ड कालात्मक ढंग से पेंट कराके तिरछा टांगना चाहिये। (ii) दुकान के बाहरी भाग में माल की अलमारियों में आवश्यक ढंग से सजा कर रखना चाहिये। इस कार्य के लिये काँच की अलमारियाँ उत्तम रहती हैं, क्योंकि अन्दर रखा हुआ माल गाँव दिखाई देता है। (iii) अलमारी के खानों में रंग-बिरंगे वस्त्र लगे होने चाहिये, जिससे रात के समय माल को देखा जा सके। (iv) बाहरी भाग में मान इस प्रकार लगाना चाहिये कि एक निगाह में ग्राहक को यह मालूम हो जाय कि इस दुकान में प्रमुख प्रकार का सामान मिलता है। प्रायः ऐसा देखा जाता है कि ग्राहक को आवश्यकता नहीं है लेकिन मार्च चलते समय दुकान में लगी हुई किसी नई वस्तु को देखकर वह उत्सुक हो जाता है और उसके बारे में पूछ-नाछ करने लगता है तथा क्रय-विक्रय होता है। उदाहरण के लिये पुस्तक विक्रेता अपनी काँच की अलमारियों में तरहे-तरह की पुस्तकें सजा कर रखते हैं, प्रत्येक पुस्तक का शीर्षक बाहर से पढ़ा जा सकता है, नवीन प्रकाशनों की सूचना विशेष बोर्ड लगाकर दी जाती है। कुछ लोग पुस्तकों को

विनय से दवाकर या रस्मी के सहारे दीवाल पर टिका देते हैं। (iv) यह उल्लेखनीय है कि सजावट का ढंग समय-समय पर बदलते रहना चाहिये, क्योंकि एक ही प्रकार से सजावट देखते रहने से ग्राहकों की विरक्ति उत्पन्न होने लगती है। सशेष में, बाहरी सजावट ऐसी होनी चाहिये कि ग्राहक का ध्यान उस ओर बरजस न्विच जावे।

बाहरी सजावट की भाँति अन्दर की व्यवस्था भी महत्वपूर्ण है, (i) अन्दर ग्राहकों के बैठने-उठने का उचित प्रबन्ध होना चाहिए। (ii) दहृत तेज या बहुत धीमा प्रकाश ठीक नहीं होता। बिजली के लैम्प का ऐसा प्रबन्ध होना चाहिए कि प्रकाश तो काफी हो परन्तु आँखों के सामने न पड़े। (iii) वस्तुओं ढेर के रूप में न रखी रहे अपितु उनकी इस प्रकार क्रम से सजा कर रखें कि माँवते ही ग्राहक को उसकी मन-वांछित वस्तु प्राप्त हो जाय और उसे अनावश्यक न ठहरना पड़े। (iv) प्रत्येक वस्तु अपने स्थान पर ही रखी हो। इन सब बातों का ग्राहक पर अनुकूल प्रभाव पड़ता है।

बिक्री बढ़ाने के प्रमुख ११ उपाय

(१) दुकान की सज्जण एवं व्यवस्था।

(२) व्यापारिक एजेंट।

(३) पत्र व्यवहार।

(४) मैले और प्रदर्शनीयाँ।

(५) विज्ञापन एवं विक्षय-बला।

(६) नमूनों का निमूर्त्य वितरण।

(७) घटे मूल्य पर बिक्री।

(८) विशेष पुरस्कार और बोनस।

(९) विक्षय साहित्य।

(१०) विक्षय का वैज्ञानिक ढंग।

(११) बाजार एवं मण्डियाँ।

(२) व्यापारिक एजेंट—दहृत से व्यापारी अपने माल की बिक्री बढ़ाने और ग्राहकों से सम्बन्ध दृढ़ करने के लिये व्यापारिक एजेंट रखते हैं, जो स्थान-स्थान का भ्रमण करके ग्राहकों को माल खरीदने के लिये प्रोत्साहित करते हैं। इन एजेंटों के पास छूटे हुए और सचित्र मूचीपत्र तथा नमूने होते हैं, जिन्हें दिया कर के ग्राहकों से आर्डर प्राप्त करते हैं और अपनी आर्डर बुक में नोट कर लेते हैं। आर्डर की एक प्रति प्रधान कार्यालय को भेज दी जाती है, जहाँ से आर्डर किया हुआ माल ग्राहक के पास जा जाता है। व्यापारिक एजेंटों की निष्पत्ति से निम्नलिखित लाभ होते हैं —

(i) पुराने ग्राहकों के सम्बन्ध दृढ़ होते हैं।

(ii) नये ग्राहक बनाये जाते हैं।

(iii) हमारे शहरों के भाव और अन्य उपयोगी समाचार मान्य होते रहते हैं।

(iv) ग्राहकों की रुचि पता लगती है कि वह किस प्रकार का माल अधिक पसन्द करते हैं।

(v) व्यापारी को यह पता लगता है कि उनके माल की माँग कहीं अधिक है और कहीं कम।

एक सफल एजेंट के लिए विनय-बला का ज्ञान बड़ा आवश्यक है।

(३) पत्र-व्यवहार—प्रभावशाली और आकर्षक पत्रों द्वारा ग्राहकों की संख्या बढ़ाई जा सकती है। कुछ व्यापारी तो बिजली के लिए पत्र-व्यवहार पर ही पूरी तरह निर्भर रहते हैं। यह शक्ति द्वारा व्यापार कहलाता है। इस ढङ्ग में न तो दुकान रखने की आवश्यकता है और न विशेषज्ञ विक्रेता रखने की। इस प्रकार इन दशांशों में व्यय काफी कम आता है। डाक द्वारा व्यापार का ढङ्ग प्रायः इस प्रकार है—पहले तो ऐसे व्यक्तियों और व्यापारियों के पते एकत्रित किये जाते हैं जिनसे आर्डर मिलने की सम्भावना हो। तत्पश्चात् उनको बराबर विज्ञापन साहित्य भेजा जाता रहता है। यदि गृहना पत्र निश्चर रहा, तो कुछ समय बाद दूसरा, यदि दूसरा निष्फल रहा, तो तीसरा इसी प्रकार आगे भी एक के बाद एक पत्र भेजे जाते रहते हैं जब तक कि आर्डर मिल न जाए। इसे फॉलो-अप (Follow-up) पत्र कहते हैं। पत्र-व्यवहार द्वारा व्यापार के कई दोष हैं:—

- (i) ग्राहक और व्यापारी के बीच व्यक्तिगत सम्पर्क नहीं होने पाता, अतः ग्राहक की रुचि का अध्ययन करने का अवसर नहीं मिलता।
- (ii) ग्राहक देखकर माल पसन्द नहीं कर सकता और कभी-कभी उसे धोखा भी खाना पड़ता है।
- (iii) डाक द्वारा व्यापार अधिकतर नकद होता है, उधार के लिए अवसर कम है।

यदि पत्रों के लिखने में अत्यन्त सावधानी से काम लिया जाए, “ईमानदारी सर्वश्रेष्ठ नीति है” इसका व्यवहार में समुचित पालन किया जाए, तो यह साधन बिजली बढ़ाने का एक अच्छा साधन सिद्ध होगा। आजकल तो ऐसे व्यापारी भी, जिनकी बड़ी-बड़ी दुकानें होती हैं, पत्र-व्यवहार के द्वारा आर्डर प्राप्त करने की चेष्टा करते हैं। यह उल्लेखनीय है कि पत्र-व्यवहार द्वारा व्यापार की दशा में विशाल पैमाने पर विज्ञापन की आवश्यकता होगी।

(४) मेले और प्रदर्शनी—मेले तथा प्रदर्शनी भी बिजली बढ़ाने के सुनहरे अवसर प्रदान करते हैं। इनमें सामान की तो बिजली होती ही है, व्यापार का विज्ञापन भी होता है। भारत में अधिकतर मेले धार्मिक दृष्टि से लगते हैं और वर्ष पर्यन्त अनेक भागों में चलते रहते हैं। सम्भवतः इसीलिये भारत की मेले का देश कहा जाता है। बुम्ब का मेला सबसे अधिक प्रसिद्ध है। लाखों की सख्या में यात्री स्नान के लिये आते हैं और जाते समय वस्त्रों तथा सम्पत्तियों के लिए वस्तुएँ खरीद लाते हैं। इन मेलों का मुख्य उद्देश्य धार्मिक है। हमारे गाँव में भी मेले लगते हैं, जिनमें दृष्टक अपनी फलने और कारीगर अपनी दस्तकारी का सामान लाकर बेचते हैं। कुछ मेलों में पशुधो का प्रयोजन होता है। यदि इन मेलों का सरकार पुनर्गठन करे तो इनसे व्यापार में अधिक लाभ हो सकता है।

आधुनिक काल में प्रदर्शनियों का चलन हो गया है। ये प्रदर्शनियाँ मुख्यतः व्यापारिक और औद्योगिक उद्देश्यों की पूर्ति के लिए संगठित की जाती हैं। प्राद्वेद

सस्पायें एवं सरकार दोनों ही प्रदर्शनियाँ सगठित करती हैं। इन प्रदर्शनियों में दूर-दूर के व्यापारी अपनी दुकानें भेजते हैं। जाता के मनोरंजन के लिये पियेटर आदि का प्रबंध भी रहता है। बड़ी मर्या में स्त्री-गुरुय प्रदर्शनों देखने को आते हैं।

लाभ—मेले और प्रदर्शनों से निम्न लाभ होते हैं :—

(१) वस्तुओं का बहुत अच्छा विज्ञापन होता है। लोग दुकान के सामने से गुजरते हुए बड़े धाव में दुकान का नाम पढ़ते हैं और माल देखते हैं। वस्तुतः वे नवीन चीजों के देखने की सान्ध्या में प्रदर्शनों में आते हैं और प्रत्येक दुकान को गौर से देखते हैं।

(२) दूर-दूर के व्यापारी प्रदर्शनियों में आते हैं और उनका परस्पर उठना-बैठना होता है। ऐसी स्थिति में विचार-विमर्श होता है तो आपस में एक-दूसरे के लिए सहा-नुभूति और सगठन की भावना बढ़ती है।

(३) अन्य व्यापारियों की अंठलाओं का अध्ययन करने का अवसर मिलता है जिन्हें अपनाकर स्वयं उत्पत्ति की जा सकती है।

(४) प्रदर्शनों में थोड़े समय के अन्दर इतना माल बिक जाता है जितना मावारण बजारों में दो चार महीनों में भी न बिकता।

(५) इन बातों का अवसर मिलता है कि अपने माल के अनेक नये और स्थायी ग्राहक बना लिये जायें।

विज्ञापन एवं विक्रय-कला

(५) विज्ञापन—प्राज्ञकल विज्ञापन शब्द की परिभाषा के अन्तर्गत हम उन सभी साधनों का समावेश करते हैं, जिनके द्वारा उपभोक्ताओं को नव-निर्मित वस्तुओं की जानकारी प्राप्त होती है। वस्तुओं की माँग में कमी नहीं आने पाती वरन् निरन्तर वृद्धि ही होती है तथा व्यापार की सख जयती है। विज्ञापन का एकमात्र उद्देश्य अनता की विभिन्न वस्तुओं के सम्बन्ध में जानकारी कराना, उपभोक्ताओं के हृदय में वस्तुओं की त्रय करने के लिए कौतूहल पैदा करना, वस्तुओं के उत्तम होने का विश्वास अमाया, अनता के मस्तिष्क में वस्तुओं के गुणकारी होने की छाप लगाना तथा इन प्रकार उनकी माँग में अधिकाधिक वृद्धि करना होता है।

विज्ञापन के गुण

(१) अनेक लोगों को रोजगार—विज्ञापन-व्यवसाय से अनेकों लोगों की प्राज्ञाविका चलती है। विज्ञापन हेतु चित्रादि बनाने के लिए विशेषज्ञों एवं कलाकारों की आवश्यकता पड़ती है। यही कारण है कि प्राज्ञकल यह एक स्वतन्त्र व्यवसाय हो गया है। विदेशों में ऐसी अनेक कम्पनियाँ हैं, जो केवल विज्ञापन का ही कार्य करती हैं। हमारे देश में भी अब 'एडवर्टाइजिंग एजेंसीज' की सख्या लगातार बढ़नी जा रही है, जिनमें अनेक कलाकारों तथा अन्य लोगों को रोजगार मिलता है।

(२) समाचार-पत्रों की आय में वृद्धि—प्रायः विज्ञापन विभिन्न प्रकार के समाचार-पत्रों में दिए जाते हैं, जिनसे उन पत्रों की आय बढ़ जाती है। उनकी कुल

आय का लगभग ७० प्रतिशत भाग केवल विज्ञापन से मिलता है तथा शेष ३०% पत्र-पत्रिकाओं के पढ़ने वालों से, अतः स्पष्ट है कि विज्ञापन के ही परिणाम स्वरूप पाठकों को दैनिक समाचार-पत्र, साप्ताहिक पत्र आदि सस्ती दर पर मिल जाते हैं। यदि किसी समाचार-पत्र में विज्ञापन न दिए जायें, तो उसका मूल्य भी अत्यधिक हो। फलतः पाठकों की सख्या भी न्यून होगी एवं जन-साधारण को विश्व की घटनाओं की जानकारी मिलना असम्भव अथवा दुर्लभ हो जायगा। इसी आधार पर 'विज्ञापन' को समाचार-पत्रों की आधार-शिला अथवा उनका 'प्राण' कहते हैं।

विज्ञापन के ६ गुण

(१) अनेक लोगों को रोजगार।

(२) समाचार-पत्रों की आय में वृद्धि।

(३) मध्यस्थों की श्रृंखला में कमी।

(४) उत्पादन-व्यय में मित-व्ययिता।

(५) लोगों को शिक्षा।

(६) जनता को तथ-निमित्त वस्तुओं की जानकारी।

(७) विपरीत वस्तु में भी वस्तुओं का क्रय।

(८) अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा का विनाश।

(९) व्यापार की व्याप्ति में वृद्धि।

(३) मध्यस्थों की श्रृंखला में कटौती—विज्ञापन की सहायता से मध्यस्थों की श्रृंखला अनावश्यक रूप से न बढ़कर, न्यूनतम रह जाती है, क्योंकि विज्ञापन द्वारा जनता से प्रत्यक्ष सम्बन्ध स्थापित किया जा सकता है, परिणाम-स्वरूप विक्रय एवं वितरण व्यय में मित-व्ययिता आ जाती है तथा उपभोक्ताओं को कम मूल्य पर वस्तु में मिलकर उत्पादक का भी लाभ बढ़ता है।

(४) उत्पादन-व्यय में मितव्ययिता—विज्ञापन के सहयोग से उत्पादन व्यय में भी मितव्ययिता लाई जा सकती है। जैसा कि विज्ञापन के द्वितीय उद्देश्य से स्पष्ट है। यह माँग पैदा करके उसको स्थायी रखने का भी प्रयत्न करता है।

इससे अधिक मात्रा में वस्तुओं का उत्पादन सम्भव हो जाता है, जिससे उत्पादन मूल्य भी कम हो जाता है। इस प्रकार वस्तुओं की माँग एवं मूल्यों में स्थिरता आकर जनता का जीवन-स्तर भी ऊँचा उठता है तथा अनेकों लोगों को रोजगार मिलता है।

(५) लोगों को शिक्षा—विज्ञापन से लोगों को शिक्षा भी मिलती है। उदाहरण के लिए, दिल्ली, लखनऊ तथा प्रयाग के आकाशवाणी केन्द्रों से महिलाओं के लिए जो विशेष प्रोग्राम होता है उससे उन्हें विविध प्रकार के भोजन बनाने की विधियों तथा कढ़ाई-नुनाई करने के ढङ्गों की जानकारी होती है। इसके साथ ही एक-एक व्यक्ति को वस्तुओं की विशेषता बनाने में जितना व्यय होता है उसकी अपेक्षा अत्यधिक कम तथा सस्ते मूल्य पर ही अत्यधिक प्रभावशाली ढङ्ग से इसके द्वारा परिचय करा दिया जाता है।

(६) जनता को नव-निर्मित वस्तुओं की जानकारी—विज्ञापन के माध्यम से ही जनता को नव-निर्मित वस्तु की जानकारी दी जाती है एवं माँग पैदा करके फिर उसे स्थाई रखने का प्रयत्न किया जाता है। यही नहीं किमी वस्तु विशेष की माँग को घटाकर, नई वस्तु की माँग भी पैदा की जा सकती है। वर्तमान युग बहु-प्रमाण उत्पादन का युग है, जिसमें वस्तुओं का शीघ्र एवं निश्चित विक्रय विज्ञापन पर ही निर्भर करता है। विज्ञापन से ग्राहक को वस्तुओं के गुण-सम्बन्धी जानकारी भी मिलती है तथा उनको कौनसी वस्तु का नय करना चाहिए, इसकी पूर्ण कल्पना हो सकती है। उदाहरण के लिए, 'सेमसन' के बने हुए कपड़े खरीदते समय ग्राहक को यह मन्तोष होता है कि वह उच्च कोटि की वस्तु खरीद रहा है। विज्ञापन के लिए प्रत्येक वस्तु का एक विशिष्ट व्यापार-चिह्न (Trade Mark) होता है, जिससे ग्राहक को उस वस्तु की धेँली की पूर्ण कल्पना हो जाती है तथा उस वस्तु के नय में भी सुगमता होती है।

(७) विपरीत श्रुति में भी वस्तुओं का विक्रय—विज्ञापन के माध्यम से विपरीत श्रुति में भी सभी वस्तुओं का विक्रय सुगमता से हो जाता है। उदाहरण के लिए, यद्यपि चाय विशेषतः सदियों का ही पेय पदार्थ है, किन्तु-गर्मों में गरम चाय ठंडक पहुँचाती है—ऐसे विज्ञापन के द्वारा १२ महीने चाय की माँग को स्थायी रखता जा सकता है।

(८) अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा का विनाश—प्राधुनिक विपणन प्रतिस्पर्धा के युग में विज्ञापन के माध्यम से ही व्यापारियों एवं उद्योगपतियों की सफलता मिल सकती है। सामूहिक विज्ञापन द्वारा अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा का विनाश किया जा सकता है एवं इस क्षेत्र में काफी बचत भी की जा सकती है।

(९) व्यापार की क्षमति में वृद्धि—व्यापार की गति का विज्ञापन ही महत्वपूर्ण साधन है। इसमें कोई सन्देह नहीं कि अनेक व्यापारियों ने अपनी क्षमति का निर्माण एवं वृद्धि इसी विज्ञापन द्वारा की है।

विज्ञापन के साधन—विज्ञापन के अनेक साधन हैं—मैगजीन, समाचार-पत्र, मोटर्स, सिनेमा घरों में विज्ञापन, आकाश लेखन आदि। किसी भी ढंग से विज्ञापन किया जाय, उनका प्रभावशाली होना आवश्यक है। कोई-कोई विज्ञापन इतने बेसिर पँर के होते हैं कि ग्राहक उनकी ओर से वेचना ही नहीं हो जाता अपितु वह उनकी सत्यता पर अविश्वास करने लगता है। विज्ञापन किस ढङ्ग से किया जाय यह व्यापार के प्रकार, वस्तु की प्रकृति आदि पर निर्भर करता है। विज्ञापन का विषय बनाते समय विशेषज्ञों से सलाह लेनी चाहिए। बड़े-बड़े नगरों में विज्ञापन सम्बन्धी सलाह देने के लिये विज्ञापन सभाएँ चुल गई हैं।

विज्ञापन के लिए रेडियो का प्रयोग छोटे समय से प्रारम्भ हुआ है। अधिकतर लोग विज्ञापन के समय रेडियो सुनते हैं। इसलिए यह समय विज्ञापक अपने उपयोग में ला सकता है। लेख या चित्र की अपेक्षा रेडियो पर की गई बात का कहीं अधिक प्रभाव

पड़ता है। विज्ञापक उससे मुनने वालों का मनोरंजन कराने के साथ-साथ अपनी वस्तु की विशेष बातें ममका देता है। यह बातें बार-बार दोहराई जाने पर याद हो जाती हैं। आकाश लेखन विदेशों में बहुत प्रचलित है। इसमें वायुयान हवा में ऊपर उठकर धुंये के द्वारा आकाश में कुछ शब्द लिख देता है, जो कुछ देर बाद अदृश्य हो जाते हैं। विज्ञापन के समय तमाम व्यक्तियों की निगाहें ऊपर आकाश की ओर उठ जाती हैं और वहाँ उनको विविध वस्तु दिखाई पड़ती है। इस प्रकार इस विचित्रता के कारण उनको उस वस्तु का नाम बहुत जल्दी स्मरण हो जाता है।

मार्जकल तंगे पर, गाड़ियों में, मोटरों में, बसों में तथा ट्रामों में विज्ञापन बहुत अधिक होने लगे हैं। भन्दर मुसाफ़िरो के बैठने के निश्चिन्त स्थानों पर पोस्टर लगे होते हैं। भन्दर मुसाफ़िरो को कोई कार्य न रहने से उनकी दृष्टि चारों ओर जाती है और उस समय वहाँ पर दिए हुए विज्ञापनों का बहुत अधिक प्रभाव पड़ता है। वह उनको बहुत जल्द याद हो जाते हैं। इसी प्रकार मोटरों में तथा तंगों पर बाहर विज्ञापनों के बोर्ड लगे होते हैं। राहगीरों की दृष्टि उन पर बार-बार पड़ने से विज्ञापक को अपने ग्राहक बनाने में सफलता होती है। इसके अतिरिक्त परबों और पोस्टरों द्वारा भी विज्ञापन किया जाता है। राहों में स्थान-स्थान पर पोस्टर चिपका दिए जाते हैं जिससे पथिकों का ध्यान आकर्षित हो। स्थानीय विज्ञापनों के लिए यह एक बहुत प्रभावशाली साधन है। इनमें यह विशेषता होनी चाहिए कि इन पर दृष्टि पड़ते ही इनके विषय की सारी बातें मालूम हो जायें क्योंकि घाने-बाने वाले व्यक्तियों को इस बात का बहुत कम समय रहता है कि वह विज्ञापन-पत्रों को देखकर रुक जायें और उनको पढ़कर तब भागे बड़े। छोटे-छोटे पर्चे बाँट कर भी स्थानीय विज्ञापन किया जाता है। कभी-कभी किसी व्यक्ति को तरह-तरह के कपड़े पहिना कर बाजार में या ऐसे ही और स्थानों में भेज दिया जाता है। वह गाते-बजाते हुए किसी वस्तु का विज्ञापन करता चला जाता है। लाउटस्पीकर द्वारा विज्ञापन एक साधारण प्रथा है। इस यन्त्र के द्वारा किए गए विज्ञापनों का जनता पर विशेष प्रभाव नहीं पड़ता क्योंकि जनता इसको तेज आवाज के कारण पसन्द नहीं करती।

विक्रय-कला

साधारणतः एक वस्तु विक्रेता का प्रमुख उद्देश्य विक्रय वृद्धि के द्वारा अधिकतम लाभ कमाना होता है। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए उसे जिन साधनों की शरण लेनी पड़े उन्हें हम विक्रय-कला की परिभाषा के अन्तर्गत सम्मिलित कर सकते हैं। इस सम्बन्ध में यह लिखना आवश्यक न होगा कि विज्ञापन एवं विक्रय-कला एक दूसरे के पूरक है। जिस प्रकार चलने-फिरने के लिए दोनों पैरों की आवश्यकता होती है, इसी प्रकार विक्रय वृद्धि के लिए व्यापार के दोनों पैर—विज्ञापन एवं विक्रय-कला—इन दोनों ही की आवश्यकता होती है। भले ही किसी व्यापारी ने खूब विज्ञापन करके नगर में अपना बोल-बाला कर लिया हो, किन्तु यदि ग्राहकों के साथ उसका व्यवहार मधुमय एवं घुम्बकीय नहीं है तो विज्ञापन का समस्त व्यय व्यर्थ हो जायेगा। ग्राहक

भले ही एक बार जूहेदान में जूहे के फेंकने की भाँति रोटो-रपी अत्यधिक विज्ञापन से प्राकृषित होकर विक्रेता को दुकान पर बने भावें, किन्तु उनके बहुत व्यवहार से अग्रन्तुष्ट होकर वे फिर कभी भी पुनः आने का कष्ट न करेंगे, अतः यशस्वी विक्रेता बनने के लिए विज्ञापन-कला का पर्याप्त ज्ञान होना अत्यन्त आवश्यक है।

(६) नमूनों का निर्मूल्य वितरण—विज्ञापन का यह माधन बहुत लोकप्रिय हो रहा है। वस्तु का नमूना उपभोक्ताओं को मुफ्त या नाममात्र मूल्य लेकर दिया जाता है। अधिकतर मुफ्त ही नमूना देते हैं। साथ में कुछ पैसे भी दिये जाते हैं, जिनमें उस वस्तु के प्रयोग करने की विधि और विशेषणार्थें बताई जाती हैं। इस वितरण में आरम्भ में व्यय तो अवश्य होता है परन्तु इसका प्रभाव उपभोक्ताओं पर अधिक पड़ता है। ग्राहक को वस्तु की उपयोगिता सिद्ध करके तथा उपभोग का आभास कराके वस्तु के स्थायी ग्राहक बढाये जा सकते हैं। कुछ वर्ष पहिले हमारे देश में एक चाय कम्पनी ने प्राण कान तथा मायकाल घर-घर जाकर हर व्यक्ति को तैयार की हुई चाय पिलाने का कार्य आरम्भ किया था। इस प्रकार उसने कुछ समय बाद ही बहुत अच्छे और अधिक सख्या में अपनी चाय के ग्राहक तैयार कर लिये।

(७) घटे मूल्य पर बिक्री—माल की बिक्री बढाने के लिये इस पद्धति का भी प्रयोग किया जाता है। यह दो दशाओं में की जाती है। जो वस्तुएँ दुकान पर रखी-रखी पुरानी दिखाई पड़ने लगी हैं या जिनमें थोड़ा दोष आ जाता है उनको बेचने के लिये घटे मूल्य पर विक्रय किया जाता है। ऐसे सामान को लेने बहुत से ग्राहक आते हैं और एक बार दुकान में कम मूल्य पर सामान ले जाने पर उनकी उस दुकान की याद बनी रहती है। इसके अतिरिक्त कुछ बिक्रेता दिवाली, दशहरा आदि अवसरों पर बिक्री का आयोजन करते हैं। केवल थोड़ा मूल्य घटा देने पर भी उनकी व्यक्ति उनमें माल खरीदने लगते हैं। इस प्रकार रक्खा हुआ माल जल्दी बिक जाता है और नया माल संग्रह करने का अवसर मिलता है। कुछ व्यापारी अधिक मात्रा में माल जय करने वाले ग्राहकों से घटे हुए मूल्य लेते हैं।

(८) विशेष पुरस्कार और बोनस—कभी-कभी ग्राहकों को प्राकृषित करने के लिये विशेष पुरस्कार का प्रलोभन दिया जाता है। इसके पाने की प्राप्ति ग्राहकों की अधिक से अधिक सख्या में प्राकृषित करती है। बच्चों के खुराने, घटनी, विस्फुट और मोठी गोतिर्या बेचने वाले, रेल के डिब्बों में विभिन्न प्रकार का सामान बेचने वाले तथा चाय सिगरेट आदि बनाने वाली कम्पनियाँ इनकी बिट्टी द्वारा बच्चों और अशिक्षित लोगों में अपनी बिक्री बढाती हैं। अखबारों में आपने प्राप ऐसा विज्ञापन देखा होगा कि अमुक सख्या में माल खरीदने पर एक कलेण्डर, डायरी या फाउन्टेन-पेन मुफ्त दिया जायगा। आजकल बोनस प्रथा भी प्रयोग में आई जा रही है। इसके अनुसार जो व्यापारी दूसरी दुकान से मान नहीं खरीदते या एक वर्ष में निश्चित रकम से अधिक का माल खरीदते हैं उनको खरीदो हुई वस्तुओं के कुल मूल्य का कुछ प्रतिशत लौटा दिया जाता है। इससे स्पष्ट ग्राहक सुविधा से मिल जाते हैं।

(६) **विक्रय साहित्य**—प्राधुनिक युग में वित्री बढ़ाने के लिये विक्रय साहित्य का प्रयोग बड़ा सफल सिद्ध हुआ है। समय-समय पर आकर्षक विक्रय साहित्य ग्राहकों में वितरित किया जाता है। इसमें वर्तमान और भावी ग्राहकों को यह पता लगना है कि कौन-कौन वस्तुएँ बाजार में आई हैं, वह व्यापारी क्या-क्या विशेष सुविधायें दे रहा है, मूल्यों का क्या है, आदि। इस प्रकार ग्राहक बढ़ते हैं और साथ ही बढ़ती है विक्रय की मात्रा। विक्रय साहित्य के मुख्य प्रकार निम्नलिखित हैं—

(प्र) समाचार-पत्र के विज्ञापन—

विक्रय साहित्य के मुख्य ६ प्रकार

(प्र) समाचार-पत्र के विज्ञापन।

(आ) नोटिस।

(इ) गश्ती चिट्ठी।

(ई) सूची-पत्र।

(उ) मूल्य सूचियाँ।

(ऊ) बाजार भाव सूची।

(ए) विशेष विक्री प्रस्ताव।

(ऐ) पूर्ति प्रस्ताव।

इनका विक्रय साहित्य में ऊँचा स्थान है। दैनिक-पत्र, साप्ताहिक पत्र, मासिक पत्रिकाएँ, अर्द्ध-वार्षिक पत्रिकाएँ छोड़े ही मूल्य पर वस्तु का दूर-दूर तक और अनेक व्यक्तियों में प्रचार कर देती हैं। कौन से पत्र या पत्रिका में विज्ञापन दिया जाय इसके लिये यह जानने की आवश्यकता होगी कि विभिन्न प्रकार के पत्रों में पढ़ने वालों की प्रकृति कैसी है, किस प्रकार का सामान विज्ञापित करना है, पत्र का

कितना प्रचार है तथा क्या श्रम्य होगा ?

(i) यदि विज्ञापन किसी विशेष क्षेत्र में करना हो तो पत्र ऐसा चाहिये जो उसी क्षेत्र में प्रचलित है। उसमें कम व्यय करने पर अधिक स्थान प्राप्त हो जायगा। अधिकतर वे पत्र, जिनका बहुत अधिक प्रचलन क्षेत्र है, थोड़े स्थान के लिए बहुत मूल्य लेते हैं और उसमें अधिक स्थान लेने के लिये, ताकि ग्राहकों का ध्यान विज्ञापन की ओर खिंच जावे, बहुत धन खर्च करना पड़ेगा।

(ii) प्रायः पत्रों के पढ़ने वाले जल्दी-जल्दी पढ़ते चले जाते हैं और विज्ञापनों पर अधिक ध्यान नहीं देते। इससे उनमें दिये गये विज्ञापनों का उद्देश्य पूरा नहीं हो पाता। उसके ध्यान को आकृष्ट करने के लिये विज्ञापन में अधिक स्थान होना चाहिये।

(iii) यदि वह पत्रले पृष्ठ पर हो तो अच्छा है और उनमें इस प्रकार का कोई चित्र भी होना चाहिये कि अपने आप ही पढ़ने वालों की दृष्टि उस पर पड़ जाय।

(iv) कुछ विज्ञापन, विशेषकर किसी नई वस्तु के लिये, ऐसे होते हैं कि उनको प्रतिदिन निकालना चाहिये ताकि जनता उनकी अच्छी जानकारी प्राप्त कर ले। ऐसे विज्ञापनों के लिये दैनिक समाचार-पत्र उपयुक्त होते हैं।

(v) बहुत से विज्ञापन ग्राहकों को किसी वस्तु की याद दिलाने के लिये निकाले जाते हैं। ऐसी वस्तुओं की माँग पहले से ही होती है अतः इनके लिये दैनिक पत्र व्यर्थ होते। साप्ताहिक, मासिक तथा वार्षिक पत्र कार्य के लिये उचित होते हैं।

(vi) कुछ पत्र-पत्रिकाये सामान्य प्रयोग के लिये और कुछ विशेष प्रयोग के लिये होती हैं। यदि किसी ऐसी वस्तु का विज्ञापन करना है जो किसी वर्ग विशेष के व्यक्तियों से सम्बन्धित है, तो उसे उस वर्ग से सम्बन्धित व्यक्तियों के पत्रों में ही निकालना चाहिये।

(vii) समाचार-पत्रों से निम्न अवधि वाले पत्र तथा पत्रिकाये अधिक ध्यान से पढ़ी जाती हैं, इसलिए उनमें दिये गये विज्ञापन अधिक प्रभावशाली होते हैं।

(viii) नोटिस (Notices)—इनका यह प्रमुख लाभ है कि इनमें समाचार-पत्रों की अपेक्षा व्यय बहुत कम होता है। हाँ इनकी समाचार-पत्रों की अपेक्षा कम लोग पढ़ते हैं। निम्नी सहर में तो फर्म के नौकर ही नोटिस रीड देते हैं परन्तु बाहर यात्रा करने वाले प्रतिनिधि अपने साथ ले जाते हैं या उन्हें डाक से भेज दिया जाता है। पत्र, बीजक और हिसाबों के साथ उन्हें नरणी कर दिया जाता है।

(ix) गश्ती चिट्ठियाँ (Circular Letters)—इस प्रकार की चिट्ठियों द्वारा ग्राहकों की नये माल की विशेषतायें, मूल्य कम करना, पुराने माल का सुधार, आदि उपयोगी बातें सूचित की जाती हैं। प्रभावोत्सादक होने के लिए इनकी व्यक्तिगत पत्र की भाँति लिखना चाहिए जिससे ग्राहक यह न समझे कि वह अनेक व्यक्तियों को भेजा जाने वाला साधारण पत्र है।

(x) सूचीपत्र (Catalogues)—इनमें उस सब माल का वर्णन एवं मूल्य दिया रहता है जिन्हें व्यापारी बेचता है। स्थान-स्थान पर वस्तुओं के चित्र दिये होते हैं। यह प्रयत्न किया जाता है कि ग्राहक को माल का पूरा-पूरा ज्ञान हो जाय। उनसे प्रयोग के सम्बन्ध में बड़े-बड़े लोगों की सम्मतियाँ भी उपयुक्त जगह पर छापी जाती हैं। प्रत्येक वर्ष नया सूचीपत्र निकाला जाता है। नया सूचीपत्र पुराने सारे, सूचीपत्र रद्द कर देता है। सूचीपत्र में दिये मूल्य पर वस्तु बेचने के लिये व्यापारी को बाध्य नहीं किया जा सकता है।

(xi) मूल्य सूची (Price-list)—में व्यापार की वस्तुओं के मूल्य दिये होते हैं। ये वह मूल्य हैं जिन पर व्यापारी वस्तुमें बेचने के लिये तैयार है। मूल्य-सूची में यह घोषित कर दिया जाता है कि उनमें दिये गये मूल्य किसी नियत अवधि तक ही लागू होंगे। ऐसी दशा में व्यापारी उस अवधि पर्यन्त उन मूल्यों पर वस्तुये बेचने के लिये बाध्य समझा जाता है। आजकल वस्तुओं के भावों में बराबर घट-बढ़ हो रही है अतः दायित्व से बचने के लिये व्यापारी मूल्य-सूची में यह स्पष्ट लिख देते हैं कि सूची में दिये गये मूल्य में कभी भी परिवर्तन किया जा सकता है। कुछ व्यापारी तो यहाँ तक लिखते हैं कि ये सूची में दिये गये मूल्यों पर बेचने के लिये बाध्य नहीं हैं। इनमें श्रेष्ठ दृष्टि तो यह है कि भाव की घटा-बढ़ी के अनुसार बढ़े की दरें अधिक या कम दी जाय करें। इसमें मूल्य बार-बार बदलने की आवश्यकता नहीं पड़ेगी। सूची में लिखी हुई वस्तु यदि किसी व्यक्ति को माँग जाने से पहले बिक जाती है, तो व्यापारी उस व्यक्ति को वह वस्तु बेचने को बाध्य नहीं है।

(ऊ) बाजार भाव सूची (Prices Current) में वस्तुओं के चालू मूल्य दिये होते हैं अर्थात् वे मूल्य जिन पर वस्तुये वास्तव में बाजार में विक्रि रही हैं। इन सूचियों का उद्देश्य अपने ग्राहकों को बाजार का स्वरूप बताना है, भेजने वाला व्यापारी बाजार भाव लिख कर उस भाव पर ही वस्तु बेचने के लिये बाध्य नहीं हो जाता। इस तरह की सूची बड़े-बड़े व्यापारी ही प्रकाशित करते हैं और दैनिक पत्र एवं व्यापारिक प्रवृत्तियाँ उन्हें बराबर छपा करती हैं। ये प्रायः नियमित रूप से प्रति सप्ताह या प्रति मास प्रकाशित किये जाते हैं। कुछ व्यापारी तो वस्तुओं की सूची के फार्म, मूल्य का खाता खाली रखते हुये छापा लेते हैं और जब जरूरत हो मूल्य हाथ में लिख कर भेज देते हैं।

(ए) विशेष विक्री प्रस्ताव (Firm Offer)—जब व्यापारी के पास माल स्टॉक में अधिक होता है तो वह अपने ग्राहकों को माल खरीदने के लिये विशेष रूप से आवाहन करते हैं। यह विक्री प्रस्ताव है। इनके द्वारा ग्राहक की नियत मात्रा में कोई वस्तु एक नियत मूल्य पर बेचने का प्रस्ताव किया जाता है और उसे स्वीकृत करने की अंतिम तारीख लिख दी जाती है। जब तक वह ग्राहक, जिसके प्रति प्रस्ताव किया गया है, वस्तु लेना मना न कर दे या जब तक नियत तिथि न निकल जाय, तब तक वह वस्तु किसी अन्य ग्राहक को नहीं बेच सकता। यदि ग्राहक प्रस्ताव करना चाहता है तो उसमें दी हुई सभी शर्तों को ज्यों का त्यों मानते हुये अपनी स्वीकृति समय के अन्दर ही भेज देनी चाहिये। विक्रय प्रस्ताव एक से अधिक ग्राहकों को भी एक साथ भेजे जा सकते हैं। ऐसी दशा में प्रस्ताव की शर्तों में इस बात का स्पष्ट उल्लेख रहता है कि प्रस्ताव की स्वीकृति मिलने के समय माल की विक्री न हो गई हो तभी प्रस्ताव लागू होगा। प्रस्ताव पाने वाले व्यक्ति को चाहिये कि यदि वह वस्तु खरीदना चाहता है तो तुरन्त ही अपनी स्वीकृति भेज दे, नहीं तो माल किसी दूसरे के हाथ बेचा जा सकता है।

(ऐ) पूर्ति प्रस्ताव (Tender)—संस्थायें समाचार-पत्रों में विज्ञापन देकर या गश्ती पत्रों द्वारा किसी निश्चित शर्तों पर माल तैयार करने या बेचने के लिये पूर्ति प्रस्ताव निमन्त्रित करती हैं, ताकि इनको यह मालूम हो जाय कि कौन व्यक्ति या फर्म उनकी निश्चित शर्तों पर कम से कम मूल्य पर पूर्ति करने को तैयार है। इनके जवाब से व्यापारी अपने उत्तर भेजते हैं, इन्हें पूर्ति प्रस्ताव कहा जाता है। पूर्ति प्रस्ताव गुप्त रखे जाते हैं और एक निश्चित दिन को प्रस्तावकों की उपस्थिति में खोले जाते हैं। जिसका मूल्य कम से कम निकलता है उसे स्वीकार कर लिया जाता है। प्रायः एक निर्धारित रकम कार्य आरम्भ करने के पहले उसकी पूर्ति के आश्वासन स्वरूप जमा करा ली जाती है। यदि कार्य आदेशानुसार पूरा नहीं किया जाता तो यह रकम जप्त हो जाती है।

यहाँ पूर्ति प्रस्ताव और अनुमान पत्र (Estimate) में अन्तर समझ लेना आवश्यक है, क्योंकि प्रायः पूर्ति प्रस्ताव की जगह अनुमान पत्र का प्रयोग कर दिया जाता है। प्रथम, अनुमान पत्र विशेषतः इमारतों के निर्माण के लिये प्रस्ताव करते हैं।

दूसरे, अनुमान पत्र में चार्ज किया जाने वाला मूल्य लिखित मूल्य से अधिक या कम हो सकता है। परन्तु पूर्ति प्रस्ताव में लिखित मूल्य से अधिक चार्ज नहीं किया जा सकता। तीसरे, पूर्ति प्रस्ताव तो स्वीकृत होते ही दोनों पक्षों पर कानूनी रूप से लागू हो जाता है परन्तु अनुमान पत्र नहीं।

विभिन्न प्रकार के जिन विक्रय-साहित्य का वर्णन ऊपर किया गया है, उसका विदेशों में अत्यधिक प्रचार है और हजारों लाखों रुपया उन पर प्रति वर्ष खर्च किया जाता है। ब्रिटिश, चिकने, रंगीन, चित्रमय नित नये विषय साहित्य ग्राहकों में विनिरित किये जाते हैं। भारत में दवाई बनाने वाली कम्पनियों, मोटर एवं साइकिल निर्माताओं में इस दिशा में पहल की है। इनका प्रचार दिनो-दिन बढ़ जाता है। यह इनकी उपयोगी सिद्ध हुई है कि जो व्यापारिक संस्था इनका प्रयोग नहीं करती वह अपना व्यापार बढ़ाने में असमर्थ रहती हैं और जिन्होंने प्रयोग किया है उनका व्यापार थोड़े समय में ही कई गुना बढ़ गया है।

(११) दक्ष विक्रेता—बिक्री बढ़ाने का एक अनमोल और अत्यन्त प्रभाव-शाली उपाय ऐसे विक्रेताओं की नियुक्ति करना है जो विक्रय कला में पारंगत हों। प्रतियोगिता के इन दिनों में बिक्री सब माधारण काम नहीं रहा, उमने एक कला का रूप धारण कर लिया है। विदेशों में तो विक्रय-कला की शिक्षा देने के लिये विशेष प्राचीन किये गये हैं। अमेरिका के व्यापारी इस दृष्टि में सबसे आगे निकल गये हैं। जब कि उदरोक्त सब साधन जनता में माँग उत्पन्न करते हैं, बिक्री कला उस माँग की पूर्ति करती है। बिक्री कला के मुख्य तत्त्व निम्नलिखित हैं—(i) प्रादक की रुचि समझना कि वह किस किसका माल चाहता है, (ii) उसकी आवश्यकतानुसार वस्तु प्रस्तुत करना, (iii) उसकी उपयुक्तता के सम्बन्ध में विश्वास जमाना तथा (iv) वस्तु खरीदने के लिये लासायित करना।

इन तत्वों की पूर्ति के लिये शिक्षा के साथ-साथ विक्रेता के व्यक्तित्व में कुछ गुणों का होना भी आवश्यक है (i) जो व्यक्ति उदास एवं सुस्त रहते हैं, वे अच्छी बिक्री करने में असमर्थ होते हैं। अच्छी बिक्री करने के लिये एक प्रबल आह्वति वाले विक्रेता की आवश्यकता होती है, जो ग्राहकों की वस्तु दिखलाते हुए तनिक भी उदासी एवं संकोच प्रगट न करे। (ii) वह धैर्य सम्पन्न होना चाहिए जिसमें तनिक से मनभेद पर ग्राहक की धमन्तुष्ट न लौटना पड़े। (iii) वह तीक्ष्ण बुद्धि वाला होना चाहिए जिसमें वह ग्राहक की रुचि को परख सके और तदनुसार वस्तु प्रस्तुत कर सके। (iv) वह आशावादी होना चाहिए। कहीं-कहीं पर यदि उसे निराश होना पड़े तो इसकी चिन्ता नहीं करनी चाहिए। (v) उसे अग्र-विक्रय की वस्तु के सम्बन्ध में पूरा-पूरा ज्ञान होना चाहिये। कभी-कभी कुछ विक्रेता वस्तु के बारे में उसके गुण तोने की तरह रट लेते हैं और प्रत्येक ग्राहक के सामने वही बातें दुहराते जाते हैं। इसका कोई प्रभाव नहीं पड़ता। हर ग्राहक की समझने के लिये प्रत्येक-प्रत्येक रीति अपनायी पड़ती है, वस्तु के विषय की पृथक्-पृथक् बातें बतानी पड़ती हैं और

उचित अवसर पर उसका प्रदर्शन करके भी दिखाना होता है। (vi) विक्रेता को सब ग्राहक एक समान समझने चाहिये। प्रायः किसी बड़े ग्राहक के आने पर बड़ा आदर प्रदर्शित करते हैं और गरीब ग्राहकों को वस्तु भी ठीक प्रकार से नहीं दिखाते हैं। ऐसा करने से व्यापार की खपत कम होती है।

भारत के व्यापारियों की विक्रय-कला बड़ी गिरी हुई अवस्था में है। ग्राहक के मध्ये उल्टा-सीधा माल मढ़ कर ऊँचे मूल्य लेकर अधिक कमाने में भी वे अपना हित समझते हैं। ग्राहकों को रुचि के अनुसार माल दिखाने में सुस्ती की जाती है। बहुत से तो ग्राहक के साथ बुरा बर्ताव कर बैठते हैं, कहते हैं कि वस्तु लेता तो है नहीं, व्यर्थ सामान निकलवाये चले जाते हैं। इस दिशा में अविलम्ब ध्यान देना आवश्यक है।

(१२) बाजार एवं मण्डियाँ—यहाँ बाजार से अभिप्राय उस स्थान का है, जहाँ वस्तुओं का प्रत्यक्ष-विक्रय होता है। साधारण बाजार में भिन्न-भिन्न प्रकार की वस्तुएँ बिकती हैं; विशेष बाजारों में केवल विशेष वस्तुएँ ही बिकती हैं। जैसे सरसिया, बजाज, आदि। मण्डियों में माल का थोक प्रत्यक्ष-विक्रय किया जाता है। प्रत्येक वस्तु की मण्डियाँ अलग-अलग होती हैं और फुटकर विक्रेता यहाँ से माल ले जाते हैं। इन मण्डियों के मूल्य के अनुसार ही देश भर में मूल्य घटते-बढ़ते रहते हैं। मण्डियों के मूल्य दैनिक पत्रों में प्रकाशित होते हैं और इनसे व्यापारियों को बाजार के रुब का पता लगता है।

बिक्री करने की यह साधारण रीति है कि अपनी दुकान बाजार में खोली जाय, जहाँ लोगो का आना-जाना लगा रहे। यदि गृह के एक सुनसान कोने में दुकान खोल ले, तो बिक्री कम होना स्वाभाविक है। आजकल के युग में तो विशेष बाजारों में ही दुकान होना बिक्री बढ़ाने के लिए अत्यावश्यक है। यदि आपकी पुस्तकों की दुकान है तो उसे ऐसे स्थान पर खोलिये, जहाँ बहुत से पुस्तक विक्रेता हों। सुविधा के विचार में विद्यार्थी ऐसे बाजार में विशेष आकर्षित होते हैं। उनको यहाँ पुस्तकों की तुलना करने और मूल्य जानने का अवसर मिलता है। वे यह भी सोचते हैं कि यदि कोई पुस्तक एक दुकान पर न मिली, तो उसे दूसरी दुकान पर बिना अधिक दूर गये देखा जा सकता है। अतः विशेष बाजारों में स्थान पाने की चेष्टा करनी चाहिये। इसी प्रकार थोक काम करने वालों को दुकान विशेष मण्डियों में खोलनी चाहिए। वहाँ फुटकर विक्रेता सुविधा के विचार से अधिक संख्या में आकर्षित होते हैं। अतः दुकान की बिक्री अधिक हो सकती है।

Standard Questions

- 1 What are the various methods of promoting sales? Explain them clearly
- 2 Define 'Advertising' Discuss its merits and demerits
- 3 Write short notes on —
(a) Window display (b) Fairs and Exhibitions (c) Skywriting (d) Mural Advertising (e) Sales Literature (f) Firm Offer (g) Tender (h) Quotations.

व्यापारिक एजेंट (Mercantile Agents)

प्रारम्भिक — हमने एक पिछले अध्याय में आपको यह बताया था कि मनुष्य की उन्नति के साथ-साथ उसकी आवश्यकताएँ भी बढ़ती गईं, जिनको पूरा करने के लिये बड़े पैमाने पर उत्पादन होने लगा और विविष्टीकरण (धम-विभाजन) का प्रवेश हुआ। विनिमय और वितरण की समस्याएँ पैदा हुईं। विज्ञापन की कृपा से यानायात एवं सन्देशवाहन के साधनों की बड़ी उन्नति हुई। रेल, मोटर, तार, हवाई जहाज आदि ने व्यापार में विकास को बड़ा प्रोत्साहित किया। बड़े प्रकार के व्यापारिक भवन खुलने लगे, जो हजारों और लाखों रुपयों का व्यापार दूर-दूर से करते थे। आज व्यापार किसी एक गाँव, नगर या जिले तक सीमित नहीं है। वह प्रान्त और देश की सीमाओं को तोड़ता हुआ सारे विश्व पर छाने का प्रयत्न कर रहा है।

व्यापारिक एजेंट की आवश्यकता

इस परिस्थिति में व्यापारियों के सामने अनेक कठिनाइयाँ आईं — (१) उनके लिये यह सम्भव नहीं रहा कि वे प्रत्येक व्यापारिक कार्य को अपने ही हाथ से करें, क्योंकि व्यापारिक कार्य बहुत बढ़ गया जबकि समय सीमित ही रहा, (२) व्यापारिक कार्य बड़े जटिल हो गये। इन्हें सम्पन्न करने के लिए विशेष ज्ञान आवश्यक हो गया। प्रत्येक व्यापारी के लिए हर प्रकार का ज्ञान प्राप्त करना असम्भव था। इसलिये कुछ व्यापारिक कार्यों को वह निपुणता में नहीं कर सकता था, (३) व्यापार का क्षेत्र बढ़ जाने से दूर-दूर जाकर सम्पर्क स्थापित करना कठिन हो गया। इन कठिनाइयों को दूर करने के लिए ही व्यापारी एजेंट नियुक्त करने लगे। उदाहरण के लिए, किसी व्यापारी को लन्दन से आने वाले अपने माल की डिलीवरी (मुपुर्दगी) बम्बई के बन्दरगाह पर लेनी है। वह आगरा में अपना व्यापार करता है। उसके लिये यह सम्भव नहीं है कि वह बम्बई जाकर स्वयं माल को जहाज से छुटा लाने, क्योंकि ऐसा करने में उसका थम, समय और धन बहुत खर्च होगा। ऐसी दशा में,

वह क्या करे ? उसके लिये सबसे उचित उपाय यह है कि वह वम्बई से किसी व्यक्ति को अपनी ओर से माल की सुपुर्दगी लेने का आदेश दे दे । उसे माल की रसीद इस एजेंट को भेज देनी चाहिये । एजेंट रसीद को जहाजो कम्पनी के अधिकारियों के सामने प्रस्तुत करके माल जहाज से छुड़ा लेगा और रेल द्वारा अपने प्रधान को भागरे भेज देगा । इस प्रकार भागरे के व्यापारी को घर बैठे ही माल प्राप्त हो जायगा । इसी प्रकार यदि व्यापार में कोई काम ऐसा आपड़े, जिसे व्यापारी उसका विशेष ज्ञान न होने से सुविधापूर्वक और निपुणता से न कर सकता हो जैसे जब किसी ग्राहक से अपने हिसाब की रकम वसूल करने के लिये न्यायालय में दावा करना पड़े, तो वह ऐसे व्यक्ति को नियुक्त कर सकता है जो उस कार्य को करने का विशेष ज्ञान रखता हो । अतः वह एक वकील नियुक्त करेगा । कानून का ठीक-ठीक ज्ञान होने से वकील उसके मामले की अच्छी पैरबी कर सकता है, जो व्यापारी के लिये सभव नहीं । यही नहीं अपना कार्य-भार भी व्यापारी अन्य व्यक्तियों की नियुक्ति करके बाँट सकता है । मान बेचना है, खरीदना है, पत्रों का जवाब देना है, हिमाव रखना है, ऐसे ही अनेक काम हैं, विचारों व्यापारी क्या करे और क्या न करे । यदि वह एक काम पर ध्यान देता है तो दूसरा झगड़ा पड़ा रहता है । अतः अकाउन्टेन्ट, टाइपिस्ट, खजानची, मैनेजर आदि के रूप में वह विभिन्न व्यक्तियों को एजेंट रखता है । इनकी सहायता से वह बड़े हुए व्यापारिक कार्यों को भली प्रकार कर सकता है ।

एजेंट की परिभाषा

वह व्यक्ति जो किसी दूसरे व्यक्ति की ओर से उसका कोई काम करता है, एजेंट कहलाता है । जिस व्यक्ति की ओर से काम किया जाता है उसे प्रधान (Principal) कहते हैं । यो तो प्रत्येक कार्य के लिये, व्यापारिक या अव्यापारिक एजेंट नियुक्त किये जाते हैं, परन्तु यहाँ हम उन एजेंटों के बारे में पढ़ेंगे जो व्यापारिक कार्यों को करने के लिये नियुक्त किये जाते हैं । ऐसे एजेंटों को व्यापारिक एजेंट कहा जाता है ।

एजेंट और प्रधान के मध्य जो सम्बन्ध स्थापित होता है, उसे एजेंसी (Agency) कहते हैं । इस सम्बन्ध के कारण एजेंट का कार्य प्रधान का कार्य माना जाता है । अतः कार्य से होने वाला लाभ या हानि प्रधान को ही भुगतना पड़ता है ।

एजेंटों का ठहराव

एजेंट नियुक्त करते समय यह आवश्यक है कि एजेंट और प्रधान के बीच वे तमाम बातें तय हो जायें जिनके आधार पर एजेंट कार्य को करने का और प्रधान कार्य को कराने का सङ्कल्प करते हैं । यह बातें मौखिक तय हो सकती हैं या लिखित । इसका लिखित तय होना ही उत्तम है, क्योंकि भाग्य चलकर किसी प्रकार के भ्रम या भूल होने की सम्भावना नहीं रहती । एजेंसी के कार्य से सम्बन्धित

लिखित या मौखिक शर्तें सामूहिक रूप से एक ठहराव बनाती हैं जिसे एजेंसी का ठहराव कहते हैं ।

एजेंट के कर्तव्य एवं अधिकार

एजेंटों का क्या कर्तव्य है और उसके क्या अधिकार हैं, यह एजेंसी के ठहराव पर निर्भर है । फिर भी एजेंसी कानून के अनुसार, जिसे सरकार ने व्यापारिक जगत की सुविधा के लिये बनाया है, एक एजेंट के निम्नलिखित कर्तव्य और अधिकार होते हैं । आपसी ठहराव द्वारा इन कर्तव्यों को घटाया और बढ़ाया भी जा सकता है ।

कर्तव्य (Duties)

- (१) प्रधान द्वारा सौंपे गये कार्य को स्वयं ही करना ।
- (२) कार्य को उचित बुद्धिमानी व परिश्रम से और एजेंसी की शर्तों के अनुसार करना ।
- (३) जिन बातों का असर एजेंसी पर पड़े उनकी सूचना प्रधान को देना ।
- (४) प्रधान से प्राप्त वस्तु और धन का ठीक-ठीक हिसाब रखना ।
- (५) प्रधान की वस्तु और धन को ऐसे ही सुरक्षित रखना जैसे कि वह अपनी वस्तु या धन को रखता है ।
- (६) एजेंसी से मुक्त लाभ या कमीशन न लेना ।

अधिकार (Rights)

- (१) वह अपने कार्य के लिये प्रधान से पारिश्रमिक लेने का अधिकारी है । पारिश्रमिक एजेंसी की शर्तों में तय हो जाता है । यदि कोई पारिश्रमिक तय नहीं हुआ है तो उचित पारिश्रमिक लेना एजेंट का अधिकार है ।
- (२) यदि एजेंसी के कार्य में उसने कोई ऐसा व्यय किया हो जो प्रधान को करना चाहिये था, तो वह उस व्यय को भी पाने का अधिकारी है ।
- (३) वह अपने कार्य के हानि-लाभ से प्रधान को बच करता है, वगैरें अपने अपना कर्तव्य उचित रूप से किया हो ।
- (४) वह प्रधान की वस्तुओं की जमानत पर खया उधार से राहत है, प्राप्ति को उधार माल बेच सकता है और उनकी धन पाने की रसीद दे सकता है ।

एजेंटों की किस्में

व्यापारिक एजेंट अनेक प्रकार के होते हैं और विभिन्न नामों से पुकारे जाते हैं । इन सबको दो तरह से किस्मों में बाँटा जा सकता है (I) अधिकार के आधार पर और (II) कर्तव्यों के आधार पर ।

(I) अधिकार की दृष्टि से एजेंट के भेद

विभिन्न एजेंटों के विभिन्न सीमा तक अधिकार होते हैं । अधिकार की दृष्टि से एजेंट तीन प्रकार के होते हैं :-

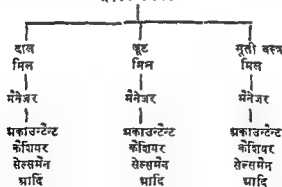
(१) **सर्वाधिकार प्रतिनिधि (Universal Agent)**—यदि कोई व्यापारी किसी व्यक्ति को अपने समस्त व्यापारों के कुल विषयों के सम्बन्ध में एजेंट नियुक्त करता है तो सर्वाधिकार प्रतिनिधि कहा जावेगा। सर्वाधिकार प्रतिनिधि के अधिकार बहुत बड़े-बड़े होते हैं। व्यापार के सम्बन्ध में जो कार्य प्रधान कर सकता है वह सब सर्वाधिकार प्रतिनिधि भी कर सकता है।

(२) **विशेषाधिकार प्रतिनिधि (Particular Agent)**—इसके विपरीत यदि कोई व्यापारी किसी व्यक्ति को अपने व्यापार के किसी एक काम को करने के लिये ही एजेंट रखता है तो वह विशेषाधिकार एजेंट कहलायेगा। विशेष एजेंट को केवल उस काम से सम्बन्धित अधिकार ही प्राप्त होते हैं, वह अन्य कामों में भाग नहीं ले सकता।

(३) **साधारण प्रतिनिधि (General Agent)**—साधारण प्रतिनिधि वह एजेंट है जिसे अपने स्वामी के व्यापार में से किसी एक विषय से सम्बन्धित सब कामों को करने का अधिकार हो। वह अन्य विषयों में हस्तक्षेप नहीं कर सकता है। इस प्रकार, साधारण एजेंट को न तो इतने अधिकार प्राप्त हैं, जितने एक सर्वाधिकार एजेंट को होते हैं और न इतने कम ही जितने कि एक विशेष एजेंट को हैं।

उदाहरण द्वारा स्पष्टीकरण—एक उदाहरण द्वारा उक्त विभाजन को अधिक स्पष्ट किया जा सकता है। मान लो किसी व्यापारी के तीन मिल हैं—दाल मिल, जूट मिल और सूती वस्त्र मिल। प्रत्येक मिल के लिये उसने अनेक कर्मचारी जैसे मैनेजर, प्रकाउण्टेंट, केशियर, सेल्समैन आदि नियुक्त किये हैं। तीनों मिलों की देख-रेख के लिये एक जनरल मैनेजर भी है।

जनरल मैनेजर



इस दशा में जनरल मैनेजर सर्वाधिकार एजेंट, प्रत्येक मैनेजर साधारण एजेंट और प्रत्येक प्रकाउण्टेंट केशियर आदि विशेष एजेंट हैं। उदाहरण के लिए, प्रकाउण्टेंट, प्रपान के व्यापार के केवल एक विषय अर्थात् दाल मिल या जूट मिल अथवा सूती मिल का हिसाब रखने का अधिकारी है। वह अन्य मिलों में हिसाब नहीं

रख सकता और अपने मिल में ही कोई अन्य काम कर सकता है। अतः उसके अधिकार उक्त मिल का हिसाब रखने मात्र तक सीमित हैं। मैनेजर अपने मिल के किसी भी कार्य में हस्तक्षेप कर सकता है। उसे अपने मिल के, हिसाब रखने, बिक्री की देख-भाल करने आदि को पूरा अधिकार होता है। इसके विपरीत जनरल मैनेजर तीनो मिलों के किसी भी काम में हस्तक्षेप कर सकता है, उसे किसी भी मिल के मैनेजर अकाउन्टेन्ट या किसी अन्य कर्मचारी को निकालने और रखने का अधिकार है अतः इसके अधिकार बहुत ही विस्तृत हैं।

(II) कर्तव्य की दृष्टि से एजेंट के भेद

कर्तव्य की दृष्टि से एजेंट अनेक प्रकार के होते हैं, क्योंकि व्यापारिक कार्य

एजेंटों के मुख्य-मुख्य प्रकार

(I) अधिकार की दृष्टि से भेद

- (१) सर्वाधिकार एजेंट।
- (२) विशेषाधिकार एजेंट।
- (३) साधारण एजेंट।

(II) कर्तव्य की दृष्टि से एजेंट के भेद

- (१) प्रबन्धक या मैनेजर।
- (२) खरीद एजेंट।
- (३) बिक्री एजेंट।
- (४) भ्रमणोप बिक्री एजेंट।
- (५) एकमात्र बिक्री एजेंट।
- (६) दलाल।
- (७) कच्चा आड़तिमा।
- (८) पक्का आड़तिमा।
- (९) बन्दीदान एजेंट।
- (१०) परिशील्य एजेंट।
- (११) माल भेजने वाला या प्रेषक एजेंट।
- (१२) माल छुड़ाने वाला या निकासी एजेंट।
- (१३) गोदाम धाले एजेंट।
- (१४) नीलाम द्वारा विक्रय।

अनेक हैं और प्रायः प्रत्येक व्यापारिक कार्य के लिये पुष्क-पुष्क एजेंट रखा जाता है। कर्तव्य के अनुसार एजेंटों को गिनना कठिन है, यहाँ केवल मुख्य-मुख्य एजेंटों के नाम और उनके कार्य ही बताये जाते हैं—

(१) प्रबन्धक या मैनेजर (Manager or Managing Agent)—वह है जिसे किसी कार्यालय या कारखाने का प्रबन्ध करने के लिए नियुक्त किया जाता है।

(२) खरीद एजेंट (Buying Agent)—वह है जिसे केवल माल खरीदने के लिये नियत किया जाता है।

(३) बिक्री एजेंट (Sales Man or Selling Agent)—वह है, जिसे माल बेचने के लिये नियुक्त किया जाता है।

(४) भ्रमणोप बिक्री एजेंट (Travelling Sales Agent)—वह है जिसे शहर-शहर घूमकर माल के आर्डर लाने के लिए रक्खा जाता है।

(५) एकमात्र बिक्री एजेंट (Sole Agent)—वह है जिसे किसी एक क्षेत्र

में माल बेचने का एकमात्र अधिकार होता है। जब किसी क्षेत्र के लिये किसी व्यक्ति

को एजेंट बना दिया जाय तो उस क्षेत्र में कोई अन्य व्यक्ति माल बेचने के लिये नियुक्त नहीं किया जा सकेगा।

(६) दलाल (Broker)—वह है, जिसे माल खरीदने या बेचने के लिए नियुक्त किया जाता है। इसका काम केवल इतना है कि ग्राहक से शर्तें तय करा दे। इस काम के लिए जो पारिश्रमिक दलाल को मिलता है उसे दलाली (Brokerage) कहते हैं। यह दलाली सोदे की रकम से कुछ प्रतिशत कमीशन के रूप में होती है। दलाल सोदा अपने प्रधान के नाम से तय करता है मगर उसकी हानि-लाभ से उसका कोई सम्बन्ध नहीं होता। उसे माल पर अधिकार भी नहीं दिया जाता। माल प्रधान के पास ही बना रहता है। दलाल को तो केवल आदेश दे दिये जाते हैं जिनके अनुसार उसे सोदा तय कराना है। उदाहरण के लिए, मकानों के दलाल (House-Brokers) को ले लें। इसके पास मकान का कच्चा नहीं होता। ये मकान के लिये ग्राहक ढूँढते हैं और जैसे ही खरीददार एवं विक्रेता के बीच शर्तें तय हो गईं कि उनका काम समाप्त हो जाता है।

दलाली की कार्य-प्रणाली

माल का सोदा तय हो जाने पर दलाल दो रक्के तैयार करता है, जिन्हें क्रमशः खरीद रक्का (Bought Note) और बिक्री रक्का (Sold Note) कहते हैं। इनके बनाने का लाभ यह है कि बाद को कोई परेशान सोदे से मुक्त नहीं सकता और चाहे सोदा सम्पन्न किया जाय या नहीं दलाली पक्की हो जाती है। प्रत्येक रक्के की दो-दो प्रतियाँ तैयार की जाती हैं। खरीद रक्के पर खरीददार के हस्ताक्षर कराके एक प्रति खरीददार को दे दी जाती है और एक प्रति स्वयं रख लेता है। इसी प्रकार बिक्री रक्के पर विक्रेता के हस्ताक्षर कराके एक प्रति विक्रेता को दे दी जाती है और एक प्रति दलाल अपने पास रख लेता है। ऐसे रक्को में निम्नलिखित बातें दी जाती हैं—

- (१) माल का नाम, किस्म एवं परिमाण,
- (२) माल का दाम,
- (३) मूद्रा तथा खर्च,
- (४) सुपुर्दगी का दिन,
- (५) भुगतान की तिथि, व
- (६) दलाली।

दलाली प्रायः दोनों पक्षों से प्राप्त होती है।

रक्का बिक्री
सुरेशचन्द्र सतीशचन्द्र
दलाल

२७, बेसनगज,
घागरा ।

दिनांक—२८, नवम्बर १९६१ ।

सर्व श्री रमेशचन्द्र एण्ड सन्स,
४६४, सगत,
कर्वालाबाद ।

मैंने आज आपके हिसाब में श्री नरेशचन्द्र, जोहरी बाजार घागरा को
२०० रेशमी मुपीरियर साड़ियाँ १२५ रु० प्रति साड़ी के भाव पर बिक्री दी हैं ।
भुगतान १ महीने के अन्दर करने पर २३% बट्टा काटा जावेगा, माल की
सुपुर्दगी १ सप्ताह के अन्दर होगी ।

दलाली १३% ।

(हस्ताक्षर बिक्रेता के)

सुरेशचन्द्र,
दलाल ।

रक्का खरीद
सुरेशचन्द्र सतीशचन्द्र
दलाल

२७, बेसनगज,
घागरा ।

दिनांक—२८ नवम्बर, १९६१ ।

श्री नरेशचन्द्र,
जोहरी बाजार,
घागरा ।

मैंने आज आपके हिसाब में श्री रमेशचन्द्र एण्ड सन्स कर्वालाबाद से
२०० रेशमी मुपीरियर साड़ियाँ १२५ रु० प्रति साड़ी के भाव पर खरीदी
हैं । भुगतान १ महीने के अन्दर करने पर २३% बट्टा दिया जावेगा माल की
सुपुर्दगी १ सप्ताह के अन्दर होगी ।

दलाली १३%

(हस्ताक्षर खरीदार के)

सुरेशचन्द्र,
दलाल ।

(७) कच्चा आदितिया—वह एजेंट है जो माल के मालिक को अपनी मण्डी
में लाकर उसका माल बिकवाने में सहायता करे । उसके पारिश्रमिक को आदत
कहा जाता है । कच्चा आदितिया और दलाल शब्द समान अर्थ रखते हैं ।

(८) **पक्का आढ़तिया (Factor)**—वह एजेंट है जिसे माल बेचने के लिये नियत किया जाता है और माल भी सौंप दिया जाता है। माल सौंपना या माल/का अधिकार पत्र (जेमे बिल्टी) सौंपना एक ही बात है। यह एजेंट अपने नाम से सौदे तय करता है, इस कारण सारी जिम्मेदारी उस पर ही आ जाती है। प्रधान उसकी सेवा के लिये विक्रय मूल्य पर कुछ प्रतिशत कमीशन देता है।

कच्चे एवं पक्के आढ़तिया में अन्तर

पक्के आढ़तिया और दलाल (या कच्चे आढ़तिया) में अन्तर है। अन्तर की मुख्य बातें इस प्रकार हैं—

दलाल	पक्का आढ़तिया
(१) यह अपने प्रधान के नाम से व्यापार करता है।	(१) यह अपने ही नाम से व्यापार करता है।
(२) यह कभी भी व्यक्तिगत रूप से दायी नहीं होता।	(२) यह सौदे के लिये व्यक्तिगत रूप से दायी होता है।
(३) इसे माल पर अधिक अधिकार नहीं दिया जाता है।	(३) इसे माल पर पूरा-पूरा अधिकार होता है।
(४) यह विशेष सौदे के लिये नियुक्त किया जाता है।	(४) यह अपने प्रधान का कार्य निर्यात रूप से करता रहता है।
(५) यह खरीदार से न तो मूल्य वसूल कर सकता है और न उसे वस्तु ही सौंप सकता है।	(५) इसे अधिकार होता है कि वस्तु खरीदार की सौंप दे और उससे मूल्य से ले।
(६) इसे अपने पारिश्रमिक के लिये प्रधान का माल, यदि वह उसके कब्जे में है, रोकने का अधिकार नहीं है।	(६) इसे अपने पारिश्रमिक के लिये प्रधान का माल, जो कि उसके कब्जे में हो, रोकने का अधिकार है।

(९) **कमीशन एजेंट (Commission Agent)**—वह एजेंट है जिसे अपनी सेवा का पारिश्रमिक प्रतिशत कमीशन के रूप में मिलता है। यह एजेंट की कोई किस्म नहीं अपितु एक सामान्य नाम है जो हर किसी ऐसे एजेंट के लिये, जिसका पारिश्रमिक कमीशन के रूप में मिलता है, प्रयोग किया जा सकता है।

(१०) **परिशोष एजेंट (Del credere Agent)**—वह एजेंट है जो प्रधान की ओर से बेचे गये माल का खर्चा ग्राहकों से वसूल करने की जिम्मेदारी भी अपने ऊपर लेता है। साधारणतः एजेंट को, जिसे माल बेचने के लिए रक्खा गया है, उधार माल बेचने का अधिकार होता है। यदि उधार देते समय वह सब उचित सावधानी

काम में लाता है तो किसी ग्राहक से स्वयं बमूल न होने की जिम्मेदारी उस पर नहीं जाती। प्रधान को ही वह हानि उठानी पड़ेगी। इस हानि से बचने के लिए प्रायः प्रधान अपने एजेंट से उसकी नियुक्ति के समय यह स्पष्ट शर्त तय कर लेते हैं, कि एजेंट को मूल्य बमूल करने की जिम्मेदारी भी अपने ऊपर लेनी पड़ेगी। ऐसी दशा में, यदि किसी ग्राहक से, जिसे प्रधान की ओर से एजेंट ने माल बेचा था, मूल्य बमूल नहीं हो, तो एजेंट को अपने पास से मूल्य देना पड़ेगा। यह जिम्मेदारी एजेंट की साधारण जिम्मेदारी के अन्तर्गत है। अतः इसके लिये उसे साधारण पारिश्रमिक के अलावा कुछ बमीशन भी दिया जाना है जिसे परिशोध बमीशन (Del credere Commission) कहते हैं।

विदेशी व्यापार में सहयोग देने वाले एजेंट

विदेशी व्यापार में अर्थात् विदेशों से माल मँगाने और विदेशों को माल भेजने समय कई एजेंटों की सहायता लेनी पड़ती है। ये एजेंट इस प्रकार हैं —

(११) माल भेजने वाला या प्रेषक एजेंट (Forwarding Agent)— वह एजेंट है जो विदेशों को माल भेजने में अपने प्रधान की सहायता करता है। प्रधान के लिये यह सम्भव नहीं है कि वह बन्दरगाह पर जाकर स्वयं माल को जहाजों में लदवा सके, कस्टम कर चुकाये तथा अन्य कार्य कर सके। प्रेषक एजेंट यह सब कार्य उसकी ओर से कर देता है। वह रेल से माल छुड़ा कर जहाज में स्थान का प्रबन्ध करता है, कस्टम-कर देकर माल को जहाज में लदवाता है, लदवाने आदि का व्यय चुकाता है, जहाज की बिन्टी और बीमा-पत्र लेकर अपने प्रधान को भेजता है।

(१२) माल छुड़ाने वाला या निकासी एजेंट (Clearing Agents)— वह है जो अपने प्रधान को विदेशों से माल मँगाने-समय सहयोग देता है। प्रधान के लिये यह सम्भव नहीं है कि वह स्वयं बन्दरगाह पर जाने, कस्टम-कर चुका कर माल की सुपूर्दगी ले और अपने कार्यालय को भेजे। यह सब कार्य निकासी एजेंट के द्वारा कराया जाता है। निकासी एजेंट जहाज आने पर माल की सुपूर्दगी लेता है, कस्टम-कर चुकाता है और फिर माल को अपने प्रधान के पास भेज देता है।

(१३) गोदाम वाले या सपह एजेंट (Warehouser)— वह है जो गोदामों में अपने प्रधान का माल सुरक्षित रखने में। मान लो, आगरा के किसी व्यापारी ने इंग्लैण्ड से कुछ माल मँगवाया था। माल आने पर निकासी एजेंट बम्बई से माल आगरा भेज देता है। कुछ दिनों बाद वही माल दिल्ली के किसी व्यापारी को बेचा गया। अब वह माल आगरा से दिल्ली भेजना पड़ेगा। इस तरह दो-दो बार यातायात की व्यवस्था करनी पड़ी और रेल भाड़ा, गाड़ी भाड़ा, दुलाई आदि में तर्फी अधिक होगी। इसे बचाने के लिए प्रधान माल आगरा से मँगवाने की बजाय उसके बिचने तक बम्बई के किसी गोदाम वाले एजेंट के पास रख सकता है। यह गोदाम वाला एजेंट प्रधान को माल की एक रसीद देगा। बाद को जब माल दिल्ली के व्यापारी को बेचा जाय, तब यह रसीद बेचान करके उस व्यापारी को दे दी जावेगी। दिल्ली का

व्यापारी वह रसीद बम्बई के गोदाम वाले एजेंट को भेजकर माल मंगा लेगा। इस प्रकार यातायात व्यय बच जाते हैं।

नीलाम द्वारा विक्रय

(१४) नीलाम करने वाला एजेंट (Auctioneers)—वह एजेंट है जिसे नीलाम द्वारा माल बेचने का अधिकार दिया जाता है। यह माल को प्रधान के प्रादेशानुसार नीलाम करता है और विक्रय मूल्य में से अपना कमीशन काट कर शेष रकम प्रधान को दे देता है।

नीलाम दो प्रकार से किया जाता है—एक तो वह जिसमें प्रधान अपने माल का एक ऐसा मूल्य निश्चित कर देना है जिससे नीचे वह माल को नहीं बेचेगा। इसे न्यूनतम मूल्य (Reserve Price) कहते हैं। दूसरा वह जिसमें प्रधान ऐसा कोई मूल्य निश्चित नहीं करता और नीलाम वाली वस्तु उस व्यक्ति को, जो सबसे ऊँचे दाम लगाता है, दे दी जाती है। नीलाम में नीलाम की वस्तु लेने के विचार से दाम लगाने की 'बोली' कहते हैं। यदि कोई न्यूनतम मूल्य निश्चित कर दिया गया है, तो नीलाम करने वाले एजेंट को चाहिये कि उसकी सूचना बोली आरम्भ होने के पहले बोली लगाने वालों को दे दे।

नीलाम दो तरह से आरम्भ किया जाता है—प्रथम तो वह जिसमें नीलाम करने वाला एजेंट स्वयं माल के लिये घटा-घटा कर बोली लगाता है और खरीदारों को अधिकार है कि वे उसकी किसी भी बोली को स्वीकार कर लें। दूसरे ढंग में खरीदार माल के लिये बढ़ा-बढ़ा कर बोली लगाते हैं और नीलाम करने वाला एजेंट सबसे ऊँची बोली को स्वीकार कर लेता है। स्वीकृति के पहले बोली किसी भी समय वापस ली जा सकती है लेकिन बाद में नहीं। बोली लगाने के पहले खरीदारों को चाहिये कि माल की मती प्रकार जाँच कर लें क्योंकि बाद में कोई शिकायत नहीं सुनी जावेगी। नीलाम आरम्भ करने का पहला ढंग अधिक प्रचलित है।

नीलाम आरम्भ करते समय प्रायः नीलाम करने वाला एजेंट स्वयं एक कल्पित बोली लगाता है, इसे 'उच्चतर मूल्य' (Upset Price) कहते हैं। खरीदारों को इसमें अधिक मूल्य की बोली लगानी पड़ेगी। ऐसा मूल्य प्रायः छोटी-छोटी बोलियों में, जब कि एक अधिक ऊँचे मूल्य पर माल बिकने की दृढ़ सम्भावना हो, समय नष्ट होने से बचाने के लिये निश्चित किया जाता है। उदाहरण के लिये, एक सोफा सैट चाहे कितना भी सैकेण्ड हैण्ड हो, पाँच रुपये (मान लो) अवश्य प्राप्त कर लेगा। पाँच से नीचे बोली आरम्भ करने में व्यर्थ समय नष्ट होगा, भ्रंत नीलाम ५.०० के ऊपर आरम्भ कराया जा सकता है।

नीलाम करने वाला बोली को उस समय तक बार-बार दुहराता है जब तक कि कोई उससे ऊँची बोली न लगावे। जब वह देखता है कि बोली आगे नहीं बढ़ती तो मुँह से 'एक-दो-तीन' कहते हुए नीलाम समाप्ति की सूचना स्वरूप धएटी बजा देता है या डेस्क पर हथौड़ी मारता है इसे Knocked down कहते हैं।

बिक्री विवरण

(Account Sales or A/S)

जब कोई व्यापारी यह देखता है कि प्रमुख नगर में उसका माल धार्मिक विक्रि सकता है, तो वह वहाँ के किसी व्यापारी को अपना एजेंट नियुक्त करके समय-समय पर अपना माल बिक्री के लिये भेज सकता है। इस प्रकार माल भेजना वस्तु-प्रेषण (Consignment) कहलाता है। माल भेजने वाला व्यापारी प्रेषणकर्ता (Consignor) और माल पाने वाला व्यापारी प्रेषण-ग्राहीता (Consignee) कहलाता है। Consignor एवं Consignee के मध्य सम्बन्ध बिल्कुल प्रधान और पक्के भावधिया जैसा है।

बिक्री विवरण की परिभाषा

माल पाने वाला व्यापारी माल की सुपुर्दगी लेने, सुरक्षित रखने और बेचने में जो भी व्यय करेगा वह सब अपना कमीशन माल भेजने वाले व्यापारी काट लेगा। माल बिकने पर या निश्चित समयान्तरो Fixed intervals पर एजेण्ट अपने प्रधान की एक विवरण बना कर भेजता है, जिसमें वह बिके हुए माल का हिसाब दिखाता है। इसे 'बिक्री विवरण' कहते हैं।

बिक्री विवरण में नीचे मिली हुई बातें दी जाती हैं :—

- (१) बिके हुए माल का नाम,
- (२) माल भेजने वाले का नाम,
- (३) माल लाने वाले जहाज या रेल का नाम,
- (४) बिक्री का स्थान,
- (५) प्रधान की ओर से किये गए खर्च,
- (६) कमीशन,
- (७) प्रधान को भेजी जाने वाली नेट रकम,
- (८) रकम भेजने का ढंग, और
- (९) भूल चूक के लिये क्षमा-प्रार्थना।

बिक्री विवरण एजेण्ट अपने छपे हुए लैटर हेड पर भेज सकता है या सादे कागज पर। ममूने के लिए वस्तु प्रेषण का एक व्यवहार और उसका बिक्री-विवरण भी भे दिया जाता है —

बिक्री विवरण का उदाहरण

सर्व श्री मोहनचन्द्र एण्ड ब्रादर्स, लखनऊ ने भागरा के सर्व श्री कपूर एण्ड ब्रादर्स की ओर से निम्नलिखित माल बेचा है —

ब०

१५ बनारसी साड़ियाँ	५०.०० प्रति साड़ी की दर से
७० जोड़े चोती	५.२५ प्रति जोड़ा की दर से
२५० गज मोटी सिल्क	३.०० प्रति गज की दर से
२०० बिछाने की चादर न० ३७५	२.५० प्रति चादर की दर से
३०० गज लट्ठा न० १५६	१.०० प्रति गज की दर से

माल के सम्बन्ध में एजेंटों ने निम्नलिखित व्यय किये —रेल भाड़ा २५ रु०, टेला भाड़ा ४५० रु०, दुकान किराया १० रु०, बीमा ३५० रु० विविध व्यय ४५० रु० ।

उत्तको ६ $\frac{१}{२}$ % की दर से बिक्री पर कमीशन भी मिलता है ।

मोहनचन्द्र एण्ड ब्रादर्स

फोन नं० '५८५'

कमीशन एजेंट

८७, तारूवा रोड,

तार का पना 'कपडा'

लखनऊ

दिनांक . २४ अप्रैल, १९६१

बिम्बो बिबरण उस माल का जो भागरा के सर्वे श्री कपूर एण्ड ब्रादर्स से प्राप्त हुआ और उन्ही की जोखिम पर उनकी ओर से बेचा गया —

विवरण	दर	रकम		रकम	
		रु०	न. पै	रु०	न. पै
१५ बतारसी साड़ियाँ	५० रु० प्रति साड़ी	७५०	—		
७० धोती जोड़े	५ २५ रु० प्रति जोड़ा	३६७	५०		
२५० गज मोटी मिस्क	३ रु० प्रति गज	७५०	००		
२०० बिछाने की चादर					
न० ३७५	२ ५० रु० प्रति चादर	५००	—		
३०० गज लट्ठा नं० १५६	१ रु० प्रति गज	३००	—	२,६६७	५०
सर्वे					
रेल भाड़ा		२५	—		
टेला भाड़ा		४	५०		
दुकान भाड़ा		१०	—		
बीमा		३	५०		
विविध व्यय		४	७५		
कमीशन २,६६७ ५० रु०					
पर ६ $\frac{१}{२}$ प्रतिशत की दर से					
क्षेप रकम		१६६	७२	२,४५३	४७
जो इलाहाबाद बैंक के					
चेक नं० A/५८१ द्वारा					
रजिस्टर्ड पत्र से भेजी गई ।				२,४५३	०३

भूल-चूक लेनी देनी ।

मोहनचन्द्र,
साक्षीदार ।

अभ्यास के प्रश्न

- १—प्राधुनिक जगत में एजेंट क्या सेवार्थ करता है ?
- २—एजेंट किसे कहते हैं ? व्यापारिक एजेंट अधिकार की दृष्टि से किम प्रकार बांटे जाते हैं ?
- ३—कर्तव्य की दृष्टि से विभिन्न प्रकार के एजेंटों के नाम बनाइये और उनके कार्य लिखिये ।
- ४—एजेंट के अधिकार और कर्तव्यों का वर्णन करिये । किसी एजेंट के सब अधिकारों का पता कैसे लग सकता है ?
- ५—दलाल किसे कहते हैं ? किसी सौदे को सरोदार और बेचने वाले के बीच में कराने में वह किन रूबको का प्रयोग करता है ? विस्तार से समझाइए ।
- ६—कच्चे आड़तिया और पक्के आड़तिया में क्या भ्रंतर है ?
- ७—नीलाम द्वारा माल कैसे बेचा जाता है ? संक्षेप में वर्णन करिये ।
- ८—निम्न पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिये .—
न्यूनतम मूल्य, प्रेषक एजेंट, निकासी एजेंट, परिशोध एजेंट ।
- ९—बिक्री विवरण क्या है और कैसे बनाया जाता है ?
- १०—मिर्जापुर के मैसर्स रामचन्द्र एण्ड सन्स ने आगरा के मैसर्स शर्मा चांदर्स की मार्फत निम्नलिखित माल बेचा :—
३५ बनारसी साड़ियाँ ५० रु० प्रति साड़ी की दर से ।
१०० धोती जोड़े १० रु० प्रति जोड़े की दर से ।
२४० गज मोटा रेशम ३ रु० प्रति गज की दर से ।
१५० बिछाने की चादरे न० ३४०, २ रु० ५० पैसे प्रति चादर की दर से ।
२०० गज लंकलाट न० १५०, १ रु० प्रति गज की दर से । आड़तिये का लब्ध निम्नलिखित है —
रेल भाड़ा २५ रु०, गाड़ी भाड़ा ५ रु० ५० पैसे, दुकान भाड़ा १५ रु०, बीमा ३ रु० ५० पैसे विविध व्यय ८ रु० ।
उनको विक्रय पर ६ प्रति सैकड़ा की दर से बढ़ा मिलता है । ऊपर दिये ध्योरे से विक्रय-विवरण (Account Sale) तैयार कीजिये ।
- ११—कानपुर के सर्व श्री सत्तवाल एण्ड सन्स ने निम्नलिखित माल प्रमृतसर के श्री पापुलर बुलन मिल्स कम्पनी लिमिटेड की ओर से बेचा —
१४७ कम्बल, ११ रु० २५ पैसे प्रति कम्बल की दर से ।
६५ सफेद स्वेटर, ६ रु० ६६ पैसे प्रति स्वेटर की दर से ।

१२५ रसीन जर्सी ४ रु० ६ आ० प्रति जर्सी की दर से।

३७५ पीट बढ़िया उन ६ रु० ३१ न० पैसे प्रति पौंड की दर से।

एजेंट ने निम्नलिखित खर्चा दिया —

रेल किराया और ठेला ४७ रु०, दुकान किराया १४ रु०, बीमा ११ रु० २५ न० पैसे और फुटकर खर्च २४ रु०। उन्होंने ५ प्रतिशत की दर से अपना कमीशन लिया। शेष रकम एक चेक द्वारा भेजी गई जिस पर 'अधिनियम साध्य (Not Negotiable)' लिख कर उसका विशेष रेखांकन कर दिया गया था।

रीति के अनुसार बिक्री विवरण तथा चेक बनाइये।

१२—कलकत्ता के भारत वाटर प्रूफ मैयूफैक्चरिंग कम्पनी ने वाराणसी के श्री ईश्वरी-प्रसाद के पास ६०० छाते और २०० बरसातियाँ अपनी और से बिक्री के लिये भेजे। सारा माल निम्न प्रकार बेचा गया —

४०० छाते न० १, १० रु० ५० न० पैसे प्रति छाता की दर से।

२२० छाते न० २, ८ रु० ५० न० पैसे प्रति छाता की दर से।

१५० बरसाती नं० A, ३० रु० प्रति बरसाती की दर से।

५० बरसाती नं० B, २५ रु० प्रति बरसाती की दर से।

श्री ईश्वरीप्रसाद ने निम्नलिखित खर्चे किये —

रेल और ठेला भाड़ा २२ रु० ६२½ न० पैसे।

गोदाम का किराया २० रु०।

उन्होंने अपना कमीशन बिक्री-मूल्य पर १० प्रतिशत घटा कर शेष मूल्य को बैंक ड्राफ्ट द्वारा बिक्रेता के पास भेज दिया।

उपरोक्त विवरण से आप बिक्री विवरण (A/S) और बैंक ड्राफ्ट बनाइये।

१३—निम्नलिखित विवरण से एक विक्रय खाता (Account Sale) तैयार करो —

मैसर्स मोहन बन्धु, इलाहाबाद वालों ने मैसर्स कपूर एण्ड सन्स कानपुर वालों का निम्नलिखित माल बेचा :

१५ वाराणसी की साड़ियाँ दर ५० रु० प्रति साड़ी,

८५ जोड़े धोती दर १० रु० ५० न० पैसे प्रति जोड़ा,

२५० गज बमीज का रेशमी कपड़ा दर ५ रु० प्रति गज,

२०० चादरे न० ३७५ दर ८ रु० प्रति चादर,

५०० गज लकलाट दर १ रु० ५० न० पैसे प्रति गज।

अभिकर्ता (Agent) ने इस सम्बन्ध में निम्नलिखित व्यय किये :—

रेल भाड़ा ४५ रु०, ठेला भाड़ा ८ रु०, दुकान भाड़ा १० रु०, 'मर्च' बीमा किश्त ३ रु०, अन्य व्यय ६ रु० ५० न० पैसे।

अभिकर्ता को बिक्री पर ६½ प्रतिशत कमीशन पाने का अधिकार।

विदेशी व्यापार—सामान्य विवेचन

(Foreign Trade—General)

विदेशी व्यापार का अर्थ

प्रारंभशास्त्र का यह सिद्धान्त है कि मनुष्य की आवश्यकतायें असंमित हैं और वह अपनी सम्पूर्ण आवश्यकताओं को स्वयं ही पूर्ण नहीं कर सकता। उसको न केवल देश के वस्तु विदेश के लोगों का भी सहारा लेना पड़ता है। विश्व के विभिन्न भागों की भौगोलिक परिस्थितियाँ समान हैं, इसलिये जगत के विभिन्न क्षेत्र विभिन्न भौति की वस्तुओं का उत्पादन करते हैं। अतएव इस दृष्टि से भी एक देश के लोगों को अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिये दूसरे देशों से सामान आगमना पड़ता है। इस पारस्परिक लेन-देन को (जो विभिन्न देशों के बीच होता है) हमें 'विदेशी व्यापार' कहते हैं। सरल शब्दों में इस प्रकार कह सकते हैं कि वह व्यापार जो एक देश किसी दूसरे देश के साथ करता है, विदेशी व्यापार कहलाता है—जैसे भारत का पाकिस्तान, ग्रेट ब्रिटेन अथवा अमेरिका के साथ का पारस्परिक लेन-देन। विभिन्न देशों की उनकी आवश्यकता से बच रहने वाली वस्तुओं के बदल-बदल को भी विदेशी व्यापार कह सकते हैं। वर्तमान युग में जल-मार्ग का महत्त्व इतना अधिक बढ़ गया है कि सामान्यतः विदेशी व्यापार से समुद्री व्यापार का बोध होता है, यद्यपि विदेशी व्यापार किसी भी मार्ग यत्न, जल, वायु के द्वारा हो सकता है।

'देशी' तथा 'विदेशी' व्यापार विपरीत शब्द हैं—विदेशी व्यापार दो भिन्न देशों के मध्य होता है जबकि देशी व्यापार में सातत्य देश के अन्दर होने वाले व्यापार से है, जैसे खालियर और इन्दौर के दुकानदारों, कानपुर और लखनऊ अथवा आगरा और जयपुर के दुकानदारों के बीच होने वाला व्यापार देशी व्यापार है।

विदेशी व्यापार की लाभ-हानियाँ

विदेशी व्यापार से लाभ

(१) विविध वस्तुओं की उपलब्धि—विदेशी व्यापार का सबसे बड़ा लाभ यह है कि इसके द्वारा एक देश को वे वस्तुयें भी मिल जाती हैं जो वहाँ या तो उत्पन्न

नहीं होती प्रपचा होती हैं तो बड़ी कठिनाई से प्रपचा जिनके उत्पन्न करने में अधिक व्यय होना है। उदाहरण के लिये ग्रेट ब्रिटेन की ही लीजिये। ग्रेट ब्रिटेन में कपास उत्पन्न नहीं होती। यदि वहाँ के लोग उसे पैदा करें, तो उत्पादन-व्यय अधिक होंगे, किन्तु ग्रेट ब्रिटेन मात्र सूती कपास के उद्योग में प्रथम श्रेणी का देश है। यह विदेशी व्यापार के कारण ही सम्भव हो सका है। वह अपने सूती उद्योग के लिये कपास अमेरिका तथा इजिप्ट से मंगा लेता है।

विदेशी व्यापार की लाभ-हानियाँ लाभ :

- (१) विविध वस्तुओं की उपलब्धि।
- (२) विप्री के हेतु मण्डियाँ।
- (३) प्राकृतिक संकटों से रक्षा।
- (४) अन्तर्राष्ट्रीय श्रम विभाजन।
- (५) अन्तर्राष्ट्रीय भावनाओं को प्रोत्साहन।

प्रशुचिघात :

- (१) दूरी के कारण सम्पर्क स्थापित करने में कठिनाई।
- (२) माया भ्रम।
- (३) अधिक जोखिम।
- (४) मातापात एवं संदेशवाहक की कठिनाईयाँ।
- (५) विदेशी व्यापारियों के विषय में जानकारी का अभाव।
- (६) प्रशुनक प्रतिबन्ध।
- (७) भुगतान सम्बन्धी कठिनाईयाँ।

(२) विप्री के हेतु मण्डियाँ—

विदेशी व्यापार के द्वारा देश की आवश्यकता से बच रहने वाली वस्तुओं की विप्री के हेतु मण्डियाँ मिल जाती हैं और उन्हें अन्य देशों के हाथ अकट्टे मूल्य पर बेचा जा सकता है। उदाहरण के लिये, भारत में अवरक आवश्यकता से अधिक पैदा होता है, जिसे वह अन्य देशों को निर्यात कर देता है।

(३) प्राकृतिक संकटों से रक्षा—

विदेशी व्यापार द्वारा प्राकृतिक संकटों (जैसे अकाल, भूकाल आदि) की भयंकरता विदेशों से वस्तुओं के आयात द्वारा काफी मात्रा में कम की जा सकती है। यदि विदेशी व्यापार का अस्तित्व न हो, तो उस देश में देशवासियों को अनेक संकट सहने पड़ें। दृष्टान्त के लिये, आज अपने देश में अनाज की बड़ी कमी है, जिसकी पूरा करने के लिये हमारी जन-प्रिय सरकार अमेरिका और आस्ट्रे-

लिया से गेहूँ का आयात कर रही है। इस प्रकार दूसरे देशों का अनिरिक्त उत्पादन इस देश के संकट में सहायक हो रहा है। अन्यथा लाखों प्राणी अनाज के अभाव में भूखों मर जाते।

(४) अन्तर्राष्ट्रीय श्रम विभाजन—यह विदेशी व्यापार की ही देन है कि विभिन्न देशों के मध्ये श्रम-विभाजन सम्भव हो गया है। अब एक देश जिस वस्तु के उत्पादन में अधिक समर्थ होना है उसे ही उत्पन्न करता है और अपने अनिरिक्त उत्पादन की दूसरों की अन्य वस्तुओं में बदल लेता है। इस तरह श्रम-विभाजन होने से सुन्दर व अधिक मात्रा में उत्पादन होने लगता है और वस्तु के मूल्य में कमी होनी है तथा इससे प्रत्येक देश की समृद्धि बढ़ती है।

(५) अन्तर्राष्ट्रीय भावनाओं को प्रोत्साहन—विदेशी व्यापार के द्वारा एक देश के लोग दूसरे देश की कला, सभ्यता, संस्कृति एवं विज्ञान के सम्पर्क में आते हैं। उनके प्रादान-प्रदान के फलस्वरूप उनका जीवन सुखमय बनता है और अन्तर्राष्ट्रीयता की भावनाओं को प्रोत्साहन मिलता है।

उक्त लिखित लाभों के आनर्पण से लोगों ने सारे विश्व की मय ढाला है। इस आकर्षण ने ही नाना प्रकार के नवीन यातायात एवं सन्देश-वाहन के साधनों तथा विज्ञान के क्षेत्र में अनेक आविष्कारों को जन्म दिया। नवीन महाद्वीपों को खोज और उनके फलस्वरूप मानव-जाति की बड़ी हुई समृद्धि का अधिकांश श्रेय विदेशी व्यापार को ही है।

विदेशी व्यापार की असुविधाएँ

यद्यपि विदेशी व्यापार से बड़े लाभ हैं, किन्तु यह मार्ग कठिनाइयों से शून्य नहीं। विदेशों से व्यापार करने वाले लोगों को 'प्रायः' निम्नलिखित कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है —

(१) दूरी के कारण सम्पर्क स्थापित करने में कठिनाई—विदेशी व्यापार में सबसे बड़ी असुविधा दूरी की है। व्यापार के लिये पारस्परिक सम्पर्क की बड़ी आवश्यकता है, किन्तु विभिन्न देशों की तितर-बितर स्थिति के कारण सीधे एवं निकट सम्पर्क स्थापित करने में बड़ी कठिनाई पड़ती है। यह सत्य है कि यातायात एवं सन्देश वाहन के क्षेत्र में अनेक चमत्कारपूर्ण आविष्कार हुए हैं जिनके कारण दूरी की समस्या बहुत सीमा तक हल हो गई है, किन्तु वे साधन अभी जन-गुलब नहीं हुए हैं। व्यापारिक दृष्टि से जल एवं पल मार्ग श्रेष्ठ हैं, क्योंकि वायु-मार्ग से भारी माल नहीं भेजा जा सकता। दूरी के ही कारण यह पता लगाने में काफी श्रम एवं समय लगता है कि किसका माल किस देश में सस्ता मिलता है और वह किस स्थान विशेष से मितव्ययता के साथ खरीदा जा सकता है।

(२) भाषा-भेद—प्रत्येक देश की अपनी प्रसंग भाषा है, जिससे एक देश के व्यापारियों को दूसरे देश के व्यापारियों की बात समझना कठिन होता है। प्रत्येक, आर्डर लेने में बड़ी कठिनाई पड़ती है। इस असुविधा को दूर करने के दो उपाय हैं। प्रथम यह कि व्यापारियों को विदेशी भाषाओं का ज्ञान होना चाहिये। वे विदेशी भाषाओं में दक्ष व्यक्तियों को अपने यहाँ कर्मचारी भी रख सकते हैं। दूसरे, मूल्य सूचिकाँ, परिपत्र, आदि जो विदेशों को भेजे जाने के लिये हों, उन्हें विदेशी भाषाओं में भी प्रकाशित करना चाहिये। इन दो बातों को अमेरिका और योरोप के व्यापारियों ने खूब समझा है। उन्होंने तो अपने विश्वविद्यालयों में वाणिज्य डिग्रियों के प्राप्ति करने के लिये विदेशी भाषाओं में सफलता पाना आवश्यक बना दिया है।

(३) अधिक जोखिम—देशी व्यापार की अपेक्षा विदेशी व्यापार में अधिक आपत्तियों का सामना करना पड़ता है। विदेशों को माल प्रायः सामुद्रिक मार्गों के द्वारा जाता है। समुद्र की भीषण लहरें जहाज को उलट सकती हैं। एक जलपोत

दूसरे जनपोंत से, अथवा किसी चट्टान से टकरा सकता है। सामुद्रिक जलवायु भी माल को हानि पहुँचा सकती है। मार्ग में शत्रु देशों द्वारा आक्रमण का भी भय रहता है। इन आपत्तियों से बचने का सबसे सीधा एवं सरल उपाय सामुद्रिक बीमा है। किन्तु इसमें एक दोष यह है कि बीमा कराने के लिये जो प्रीमियम देना पड़ता है उसने परिणामस्वरूप वस्तु का मूल्य बढ़ना स्वाभाविक है।

(४) यातायात और सन्देश-वाहन की कठिनाइयाँ—दूरी की समस्या के प्रतिरिक्त विदेशी व्यापार में यातायात एवं सन्देश-वाहन की भी एक कठिनाई होती है। यह प्रत्यक्ष है कि इस प्रगतिशील युग में अनेक सुन्दर आविष्कार हो गये हैं, जैसे हवाई जहाज, केबिलग्राम, आदि। किन्तु जैसा कि हम ऊपर कह चुके हैं, वायुमार्ग के द्वारा भारी सामान नहीं भेजा जा सकता, अतएव व्यापारिक दृष्टिकोण से वह कोई सुन्दर साधन नहीं। केबिलग्राम में अत्यधिक होता है इसके प्रतिरिक्त दूर देशों को माल भेजने में सर्वा भी बहुत बैठता है, जिसके परिणामस्वरूप वस्तु का विप्रेषण मूल्य बढ़ जाता है।

(५) विदेशी व्यापारियों के विषय में जानकारी का अभाव—विदेशी व्यापार की एक बड़ी कमजोरी यह भी है कि महान् भील समुद्र-गार के लोगों की प्रायिक स्थिति तथा उनके व्यापारिक व्यवहार की सच्ची जानकारी प्राप्त करना कठिन होता है। विभिन्न देशों की माल-सम्बन्धी जानकारी का पता लगाना भी एक कठिन समस्या है। विदेशी व्यापारियों के सम्बन्ध में जानकारी प्राप्त करने के लिये कुछ सीमा तक बैंक, चेम्बर ऑफ कॉमर्स, या सूचना मन्त्रालो से, और बाजार-सम्बन्धी जानकारी में राजकीय व्यापार-प्रतिनिधियों से सहायता मिलती है।

(६) प्रशुल्क-प्रतिबन्ध—प्राधुनिक काल में प्रायः प्रत्येक देश आयात और निर्यात पर कर लगाता है। इससे अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को बड़ी क्षति पहुँचती है। विदेशों से आने वाले माल पर कर लगाने का मुख्य उद्देश्य विदेशी माल का मूल्य बढ़ाना होता है, जिससे कि वह देशी माल के सामने न टिक सके। इसके विपरीत निर्यात कर का मुख्य उद्देश्य, देश के बाहर मान को जाने से रोकना होता है। यह प्रायः कच्चे माल पर लगता है। प्रशुल्क प्रतिबन्ध सम्बन्धी प्रसुविधा को दूर करने का सबसे सुन्दर उपाय व्यापारिक समझौते करना है, जिनके अनुसार एक देश दूसरे देश को परस्पर आयात या निर्यात कर में कटौती कर देता है।

(७) भुगतान सम्बन्धी प्रसुविधायें—उक्त प्रसुविधायें के प्रतिरिक्त विदेशी व्यापार में माल के लिये भुगतान करने की भी बड़ी समस्या होती है। प्रत्येक देश की मुद्रा प्रायः भिन्न होती है, अतएव विदेशी चलन में किन्ती मुद्रा दी जाय और कैसे दी जाय यह पता लगाना कठिन होता है। इस कठिनाई को दूर करने के लिये एक कुशल बैंकिंग-प्रणाली की आवश्यकता होती है।

विदेशों में माँग उत्पन्न करने के साधन

विदेशों में सफलतापूर्वक माल बेचना भी सचमुच एक कला है। विदेशों में माल बेचने में कुछ दग इस प्रकार हैं —

(१) भ्रमण—सर्वप्रथम विदेशी बाजार की माँग, उसका स्वभाव एवं सीमा

विदेशों में माँग उत्पन्न करने के सात साधन

- (१) व्यापारिक यात्राएँ।
- (२) परिचय एवं प्रदर्शनाद्य।
- (३) विज्ञापन।
- (४) यात्री प्रतिनिधि।
- (५) विक्रय प्रतिनिधि।
- (६) विदेशी शालाएँ।
- (७) रेडियो व व्यापारिक केन्द्र।

जान लेनी चाहिए। उत्पादक का कर्तव्य है कि वह मात्र क्रेताओं की शक्ति, स्वभाव, तथा आवश्यकताओं के अनुसार बनावे, क्योंकि यदि माल उपभोक्ताओं की शक्ति के प्रतिबुद्ध हूँ तो वे उसकी ओर आकर्षित न होंगे। विदेशी बाजार की स्पर्धा की जानकारी भी आवश्यक है क्योंकि यदि माल विदेश में वहाँ के निमित्त माल में सहज एवं सुन्दर न हुआ तो बिक न सकेगा। विदेशी स्पर्धा को जानने के लिए छायात और निर्यात करो

का पता लगाना अत्यन्त आवश्यक है। इसके प्रतिरिक्त विदेशी व्यापारियों की भुगतानीतियों एवं सुविधाओं तथा उनकी ईमानदारी का पता लगाना भी आवश्यक है। इन सम्पूर्ण बातों के लिये भ्रमण की बड़ी आवश्यकता है। विद्वत् मूर्तों से उनका पता लगाने का प्रयत्न करना चाहिए। यदि सम्भव हो तो वह स्वयं अथवा अपने मनेजर को विदेशों में यात्रा के लिये भेजे और विदेशी व्यापारियों से भेंट करे। ये व्यक्तिगत यात्राएँ व्यापार बढ़ाने के लिये सर्वोत्कृष्ट साधन हैं, क्योंकि इनके द्वारा उनकी विदेशी व्यापारियों से स्वयं बातचीत करने का सुप्रबन्ध मिलता है। विज्ञापन का वह प्रभाव कभी भी नहीं हो सकता जो इस प्रकार सम्भव हुए पारम्परिक सम्पर्क में होता है।

(२) परिचय और प्रदर्शनाद्य—विदेशी व्यापारियों से सम्पर्क स्थापित करने का एक सुन्दर दग यह भी है कि किसी सम्प्रा के द्वारा पहले तो परिचय प्राप्त किया जावे और फिर उनसे पत्र-व्यवहार किया जावे। इस सम्बन्ध में व्यापार प्रदर्शिका पुस्तकों (Business Directories) से बड़ी सहायता मिल सकती है। इन पुस्तकों में प्रत्येक प्रमुख क्षेत्र के व्यापारियों के नाम व पते दिये होते हैं। त्रिहं समय-समय पर पत्र, सूची-पत्र, मूल्य-पत्र, विज्ञापन-पत्रिकाएँ तथादि भेजते रहने से विदेशी व्यापारी को बड़ा व्यापार मिलता है। योश्व और अमेरिका में इस काम के लिये अनेक अंतर्राष्ट्रीय प्रदर्शनाद्य केन्द्र हैं। इनमें इस दिशा में काफी सहायता मिलती है।

(३) विज्ञापन—विदेशी बाजारों में माँग पैदा करने के लिये विज्ञापन बड़ा उपयोगी है। मच बात तो यह है कि 'विज्ञापन व्यापार की आत्मा है' चाहे वह देशी हो या विदेशी। सफल विज्ञापन के लिये विभिन्न देशों की वेद भूषा, व्यवहार, उनकी

भाषा एवं संस्कृति की जानकारी बढ़ी आवश्यक है। ऐसे अनेक समाचार-पत्र एवं पत्रिकाएँ हैं, जिनका चलन विश्वव्यापी है। इसमें आवश्यक रीति से थोड़े-थोड़े समय पश्चात् नियमित रूप में विज्ञापन छपाते रहना चाहिये। यदि विज्ञापन की व्यवस्था वैज्ञानिक एवं व्यवस्थित ढंग से हुई है तो यह निश्चित है कि विज्ञापित वस्तुओं के लिये विदेशी वाजारों का मार्ग खुल जावेगा।

(४) यात्री प्रतिनिधि—विदेशी व्यापारियों में सम्पर्क स्थापित करने का एक सुन्दर तरीका अपने प्रतिनिधियों को भेजना है। यात्री प्रतिनिधि सम्भावित ग्राहकों से समय-समय पर मिलकर अपनी वस्तुओं के सम्बन्ध में उन्हें पूर्ण विश्वास दिला सकते हैं। यही नहीं यदि समय के साथ मार्ग का स्वभाव बदले तो इस बात की सूचना भी वे अपने उत्पादकों को दे सकते हैं। एक कार्यकुशल विदेशी यात्री में अनेक गुण होने चाहिए। सर्व प्रथम तो उनको माल से सम्बन्धित जानकारी का होना आवश्यक है। उनके लिये यह भी बड़ा अनिवार्य है कि वे विश्व के प्रमुख औद्योगिक देशों में बोली जाने वाली भाषाओं को बोल सकें। इनके अतिरिक्त उन्हें वैज्ञानिक विक्रय-कला (Salesmanship) में दक्ष होना चाहिये। उनको चाहिये कि वे एक केन्द्र से दूसरे केन्द्र में जायें, विभिन्न व्यापारियों से मिलें, उन्हें अपने माल में परिचित कराये, नमूना और सूची-पत्रादि, दिखावाये और उनके हृदय में एक ऐसे विश्वास को जन्म दें कि उन्हें केवल वही माल बेचने में विशेष लाभ होगा। अपने माल की सर्वश्रेष्ठता सिद्ध करने की उनमें चतुरता होनी चाहिये। आधुनिक युग में विक्रय-कला में सबसे दक्ष अमेरिका, इंग्लैण्ड और जापान के लोग हैं।

(५) विक्रय प्रतिनिधि—माल के विक्रय को बढ़ाने के लिये कभी-कभी उत्पादक विक्रय प्रतिनिधि नियुक्त कर देते हैं। यह कार्य ऐसे साधों को सौंप दिया जाता है, जो निर्यातकर्ता की शर्तों को स्वीकार कर लेते हैं। निर्यातकर्ता उनको ही सीधे माल भेज देते हैं और फिर विक्रय-प्रतिनिधि उनको देश में इधर-उधर धौक एवं फुटकर व्यापारियों के हाथ बेचते हैं। बिना प्रतिनिधियों से सबसे अधिक लाभ यह होता है कि उनके द्वारा विदेशी माल सुरन्त मिल जाता है, उसे बाहर से मँगाने में अनावश्यक झट्ट तथा समय की बचत हो जाती है।

(६) विदेशी शाखाएँ—जब विदेशी बाजार में एक वस्तु की माँग उत्पन्न हो जाती है और उत्पादक यह निश्चित समझता है कि उसकी वस्तुएँ अवश्य विकेगी तो वह वहाँ अपनी एक शाखा स्थापित कर देता है। ऐसी शाखाओं को खोलने में काफी व्यय होता है। अपने देश में ऐसी शाखाओं के ज्वनन्त उदाहरण चाटा, फोर्ड मोटर कम्पनी, डायमू० डी० एण्ड एच० ओ० विल्म (मिगरेट बनाने वाले) हैं। ये विदेशी शाखाएँ भी विक्रय प्रतिनिधि की भाँति ही अपने प्रधान-कार्यालय के आदेशानुसार विदेशी बाजारों में माल की बिक्री बढ़ाने का प्रयत्न करती हैं। जब माँग बढ जाती है, तब यह शाखाएँ स्वयं वस्तु का उत्पादन करने लगती हैं।

(७) रेडियों के व्यापारिक केन्द्र—विदेशों में माँग उत्पन्न करने का एक

नवीनतम माधन यह है कि वस्तुओं का विज्ञापन रेडियो के व्यापारिक केन्द्रों द्वारा किया जाय। आजकल ऐसे केन्द्र अनेक हैं, जैसे—रेडियो सीलोन का व्यापारिक केन्द्र, गोवा का व्यापारिक केन्द्र, नेपाल का व्यापारिक केन्द्र आदि, जो कि संगीतमय मनोरंजक कार्यक्रम-सहित वस्तुओं का विज्ञापन करते हैं। इन व्यापारिक केन्द्रों की प्रायः प्रत्येक प्रमुख औद्योगिक नगर में रेडियो एडवर्टाइजिंग एजेंसीज होती हैं, जिनके द्वारा व्यापारी वर्ग अपने विज्ञापन देकर लाभ उठा सकते हैं।

कोटेशन, आयात-निर्यात कर और भुगतान

विविध प्रकार के मूल्य

कोई भी वस्तु खरीदने से पहले सर्व प्रथम उसकी बिस्म एव उसके मूल्य की जानकारी आवश्यक है और इसको ज्ञात करने के लिये पत्र-व्यवहार किया जाता है। इन पत्रों के उत्तर में विक्रेता ओ पत्र भेजता है, उनको मूल्य के निर्ण (Price Quotations) कहते हैं। विदेशी व्यापार में वस्तुओं का मूल्य विभिन्न प्रकार से स्पष्ट किया जाता है। विक्रेता के स्थान से विदेशी क्रेता की दुकान तक माल को भेजने में काफी खर्चा होता है। मूल्य के निर्ण में यह खर्च कभी-कभी पूर्णतया सम्मिलित कर दिये जाते हैं, कभी केवल कुछ ही सम्मिलित होते हैं और कभी कुछ भी शामिल नहीं होते। यह खर्च निम्नलिखित हैं —

(१) वस्तु के निर्माता अथवा विक्रेता द्वारा निश्चित किया हुआ मूल्य।

(२) पैकिंग का व्यय।

(३) निर्माता अथवा विक्रेता के गोदाम से निर्यात बन्दरगाह तक माल ले जाने का खर्च जिसमें मजदूरी, टैला भाड़ा, रेल भाड़ा, इत्यादि खर्च शामिल होते हैं।

(४) निर्यात-कर, यदि लगता हो।

(५) बन्दरगाह पर लगने वाले व्यय—इसमें बन्दरगाह के अधिकारियों की सेवाओं के लिये, अथवा यदि जहाज घाट (Dock) से दूर है तो वहाँ तक नावों द्वारा माल पहुँचाने का व्यय सम्मिलित होता है।

(६) जहाज पर माल लाने का व्यय।

(७) जहाज का किराया।

(८) मामुद्रिक आगोष कराने का व्यय।

उक्त लिखित खर्चों के प्रतिरिक्त माल के अभीष्ट बन्दरगाह पर पहुँचाने पर भी कुछ खर्च होते हैं, जैसे :—

(९) जहाज से माल उतारने का खर्चा।

(१०) अभीष्ट बन्दरगाह का व्यय।

(११) आयात-कर।

(१२) बन्दरगाह से माल को क्रेता के रेलवे स्टेशन तक पहुँचाने का व्यय।

(१३) रेलवे स्टेशन से क्रेता के गोदाम तक माल पहुँचाने का व्यय ।

(१४) नगरपालिका की चुंगी ।

(१५) कमीशन ।

साधारणतः निर्यात करने वाला इन खर्चों को मूल्य के साथ सम्मिलित नहीं करता है । विदेशी व्यापार में यह मूल्य निम्नलिखित विविध शब्दों द्वारा स्पष्ट किया जाता है :—

(१) स्थानीय मूल्य (Loco Price)—इससे तात्पर्य यह है कि निर्यात के मूल्य

विदेशी व्यापार में प्रयोग होने वाले मूल्य

(१) स्थानीय मूल्य (Loco Price)

(२) जहाज तक मूल्य (F. A. S)

(३) जहाज पर मूल्य (F O. B.)

(४) भाड़ा समेत मूल्य (C F.)

(५) भाड़ा बीमा समेत मूल्य (C I F)

(६) जहाज से निकलता मूल्य (Ex-ship Price)

(७) प्रतिबन्धित गोदानों में मूल्य (In Bond Price)

(८) प्रायात कर चुकता मूल्य (Duty Paid Price)

(९) सर्व मुक्त मूल्य (Franko Price)

में केवल माल की लागत ही है और उसके अतिरिक्त अन्य कोई भी खर्च सम्मिलित नहीं । दूसरे शब्दों में, विक्रेता के गोदाम में रखे हुये माल के मूल्य को स्थानीय मूल्य कहते हैं । दृष्टांत के लिये, यदि सन्दन का व्यापारी एक मशीन का मूल्य '१०० पौंड सोकी' सूचित करता है, तो इससे तात्पर्य यह है कि १०० पौंड देकर मशीन को सन्दन के गोदाम से क्रय किया जा सकता है । सन्दन से इस देश में लाने के अन्य खर्च इस मूल्य में सम्मिलित नहीं होंगे और उनका भुगतान पृथक् रूप से करना होगा । सामान्यतः विदेशी क्रेता स्थानीय मूल्य पर वस्तुओं का क्रय नहीं करते ।

(२) जहाज तक मूल्य (F. A. S —Free Along-side Ship)—जैसा कि इन शब्दों से ही स्पष्ट है । इस मूल्य से तात्पर्य यह है कि निर्यात के मूल्य में केवल वही खर्च सम्मिलित है जो माल को जहाज तक पहुँचाने में पड़े गे अर्थात् पैकिंग का व्यय, डेल-भाड़ा, माल को रेलवे से उतारने का व्यय तथा बन्दरगाह तक लाने का खर्चा । इसके अतिरिक्त अन्य खर्च इस मूल्य में सम्मिलित न होंगे और वे क्रेता को ही देने पड़े गे । उदाहरण के लिए, यदि न्यूयार्क से 'जहाज तक मूल्य' पर माल खरीदा जाय तो उक्त लिखित खर्च विक्रेता को भुगतान करने होंगे, और इसके बाद जो खर्च होंगे उनको क्रेता भुगतान करेगा ।

(३) 'जहाज पर मूल्य' (F O. B.—Free On Board Price)—इससे अभिप्राय यह है कि निर्यात के मूल्य में केवल वे ही खर्च सम्मिलित हैं जो माल के जहाज पर लद जाने तक होंगे । इस मूल्य में स्थानीय मूल्य के अतिरिक्त निम्नलिखित खर्च सम्मिलित होते हैं .—पैकिंग का खर्चा, बन्दरगाह तक दुनाई का व्यय, निर्यात-कर,

डाक-व्यय और जहाज पर लदाई का खर्चा। दूसरे शब्दों में, यदि 'जहाज तक मूल्य' में लदाई का खर्चा जोड़ दिया जाय, तो 'जहाज पर मूल्य' निकल आयेगा। माल के जहाज पर लद जाने के पश्चात् के सम्पूर्ण खर्चे माल के क्रेता को भुगतान करने होंगे।

(४) भाड़ा समेत मूल्य (C & F. Price—Cost & Freight Price)—इस प्रकार के निर्यात का अभिप्राय यह है कि मूल्य में जहाज का किराया भी सम्मिलित है। अन्य शब्दों में यदि 'जहाज पर मूल्य' में जहाजी किराया भी जोड़ दिया जाय तो भाड़ा समेत मूल्य निकल आता है। इस मूल्य में आगोप का व्यय (Insurance Premium) सम्मिलित नहीं होता।

(५) भाड़ा बीमा समेत मूल्य (C. I F Price—Cost Insurance & Freight Price)—इससे तात्पर्य ऐसे निर्यात से है, जिसमें जहाज का किराया एवं माल के आगोप कराने का व्यय भी सम्मिलित हो। अन्य शब्दों में यदि भाड़ा समेत मूल्य में आगोप का व्यय भी सम्मिलित कर दे तो भाड़ा बीमा समेत मूल्य निकल आयेगा। इस मूल्य को कभी-कभी केवल C&F 'सिर्फ' भी कहते हैं।

(६) 'जहाज से निकलता' मूल्य (Ex-Ship Price)—इसका तात्पर्य यह है कि निर्यात के मूल्य में केवल वे ही खर्चे शामिल हैं, जो माल के प्रभोक्त बन्दरगाह तक होंगे। जहाज से माल की सुपुर्दगी लेने का व्यय क्रेता को भुगतान करना होगा। /

(७) 'प्रतिबन्ध गोदाम में' मूल्य (In Bond Price)—इसका अभिप्राय यह है कि प्रभोक्त बन्दरगाह पर माल को प्रमाणित गोदाम (Bonded Warehouse) में जमा करने तक के सम्पूर्ण खर्चे ऐसे निर्यात में सम्मिलित होंगे और वहाँ से माल की सुपुर्दगी का व्यय तथा आयात-कर क्रेता को देना होगा।

(८) 'आयात कर चुकता' मूल्य (Duty Paid Price)—इसका अभिप्राय यह है कि निर्यात के मूल्य में क्रेता के देश में लगने वाले समस्त आयात कर भी सम्मिलित होंगे और उसकी बन्दरगाह से अपने गोदाम तक पहुँचाने तथा उतरवाने का खर्चा स्वयं देना होगा।

(९) सर्व-मुक्त मूल्य (Franko or Free Price)—इसका अर्थ यह है कि माल को क्रेता के गोदाम तक सुरक्षित पहुँचाने तक के समस्त खर्चे निर्यात के मूल्य में सम्मिलित हैं। इस प्रकार के निर्यात का प्रयोग केवल निकटवर्ती देशों के व्यापार में ही किया जाता है।

आदेश और प्रतिज्ञा-पत्र में अन्तर (Difference between Order and Indent)

देशी व्यापार में ग्राहक मान पाने के लिये विक्रेता को जो आज्ञा देता है, उसे आदेश कहते हैं। किन्तु विदेशी व्यापार में माल भेजने के हेतु जो आदेश नियति-प्रतिनिधि को दिया जाता है, उसे इन्डेण्ट या प्रतिज्ञा-पत्र (Indent) कहते हैं। वास्तव में

आदेश एव इन्डेण्ट में कोई महत्वपूर्ण अन्तर नहीं है। जो अन्तर है भी उसका मुख्य कारण यह है कि निर्यात-प्रतिनिधि जब ग्राहक को माल भेजता है, तब वह उसका एजेण्ट होता है और उसके तथा ग्राहक के मध्य एक लिखित प्रतिज्ञा होती है, जिसमें कि वह अपने प्रतिनिधि को माल के क्रय, पैकिंग, जहाज पर लादने, भुगतान आदि के विषय में पूर्ण निर्देश करता है। इसके विरुद्ध, उत्पादक विक्रेता के रूप में केवल प्रस्तावक होता है, और ग्राहक केवल प्रस्ताव को स्वीकार करता है। यह अन्तर केवल शास्त्रीय है, वास्तविक नहीं। आदेश अथवा इन्डेण्ट दोनों में ही निम्नलिखित निर्देश होते हैं —

आदेश एवं इन्डेण्ट की मुख्य- मुख्य बातें

(१) आकार-प्रकार (Quality)।

(२) मात्रा (Quantity)।

(३) मूल्य (Price)।

(४) डिस्पाच, पैकिंग एवं बिल्ल।

(५) माल भेजने का समय तथा साधन।

(६) प्राणोप (Insurance)।

(७) भुगतान (Payment)।

(८) पचायत (Arbitration)।

(१) आकार-प्रकार (Quality)—

आपाार में, चाहे वह देशी हो अथवा विदेशी स्पष्ट और निश्चित भाषा में वस्तु के आकार-प्रकार का पूर्ण विवरण देना बड़ा आवश्यक है, अन्यथा बाद में अना-वश्यक पत्र-व्यवहार में समय और धन दोनों ही नष्ट होंगे। यही नहीं अस्पष्ट विषय पर विवाद भी खड़ा हो सकता है। आकार-प्रकार का स्पष्ट विवरण देने के हेतु बानगी या नमूना भेजा जा सकता है अथवा ट्रेड-मार्क या सूची-पत्र की ओर संकेत किया जा सकता है।

(२) मात्रा (Quantity)—

वस्तु की आवश्यक मात्रा को निश्चित ढंग से स्पष्ट करना भी बड़ा महत्वपूर्ण है। यह मात्रा संख्या, बोझ या माप से बताई जा सकती है। इस सम्बन्ध में यह बात ध्यान देने योग्य है कि विभिन्न देशों में माप और तौल के बिल्ल भिन्न हैं, अतएव एक देश विशेष के लिए उन्हीं बिल्लों का प्रयोग करना चाहिए, जो वहाँ प्रचलित हो। यदि विश्व के समस्त देशों में माप और तौल के एक ही बिल्ल प्रयोग किये जाने लगे तो सचमुच अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में बड़ी सुविधा हो।

(३) मूल्य (Price)—मूल्य के सम्बन्ध में यह निर्देश करना बड़ा आवश्यक है कि किस मूल्य की वस्तु की माँग है। विदेशी व्यापार में प्रयोग होने वाले विभिन्न मूल्यों का वर्णन हमने पीछे किया है। कभी-कभी क्रेता माल के मूल्य का प्रश्न अपने निर्यात-प्रतिनिधि के विवेक पर छोड़ देता है, किन्तु यह उसी दशा में सम्भव है, जबकि आयात-कर्ता को अपने निर्यात-प्रतिनिधि पर पूर्ण विश्वास हो। कुछ लोग अपने निर्यात प्रतिनिधि को मूल्य की अधिकतम सीमा बतना देते हैं, जिसके भीतर वह माल खरीद सकता है।

(४) डिस्पाच, पैकिंग एवं बिल्ल (Make-up, Packing and Marking)

यह भी बड़ी महत्वपूर्ण बात है कि विक्रेता को माल की तैयारी पैकिंग एवं बिल्ल के

सम्बन्ध में स्पष्ट आदेश मिल जायें जिससे कि माल भेजने में उसको कोई कठिनाई न हो। दिमावट (make-up) में तात्पर्य यह है कि माल को भेजने के पूर्व उसको बड़ी सुन्दरता में तैयार कर दिया जाय—वस्तु की भली प्रकार धरी बनाई जाय, सुविधा से मोटा जाय, उपयुक्त स्थान में मोहर लगाई जाय तथा नाम आदि छापा जाय, सब वस्तुओं की एक में अलग-अलग यथोचित रूप में सिया जाय, आदि माल की तैयारी के सम्बन्ध में यदि मान के खरीदने वाले का कोई स्पष्ट निर्देश नहीं है तो विक्रेता का यह कर्तव्य है कि उसको सुन्दर प्रबलित रूप में भेजने के लिये तैयार करे।

वस्तुओं का पैकिंग उनके आकार-प्रकार के अनुसार होना चाहिए। यह कार्य बड़ी कुशलता एवं सावधानी में होना चाहिए जिससे कि चढ़ाने, उतारने अथवा गर्मी या सर्दी से कोई हानि न पहुँचे। पैकिंग इस प्रकार होना चाहिये कि भली प्रकार एक निश्चित स्थान में अधिकतम मान आ जाय, न तो वह अधिककड़ा हो और न बिल्कुल ढीला। प्रच्छा तो यह है कि इस कार्य को दक्ष पैकरों (Expert Packers) द्वारा कराया जाय। पैकिंग के सम्बन्ध में यदि माल मँगाने वाले के कुछ निर्देश हैं तो उनका पूर्णतया पालन होना चाहिये और यदि नहीं हैं, तो विक्रेता को स्वयं अपने विवेकानुसार कार्य करना चाहिये साधारणतया कपड़े, रुई अथवा सूट को भेजने के लिये उनकी गाँठ बनाकर टाट में लपेटकर लोहे की पत्तियों से कस दिया जाता है। इन गाँठों के ऊपर तेल वस्त्र (Oil Cloth), अथवा किरमिश, या अन्य कोई जल-रक्षित (Waterproof) वस्तु लपेट दी जाती है, इससे वे और भी सुरक्षित हो जाती हैं। टीन अथवा जस्ते की पेटियाँ सबसे सुरक्षित होती हैं। शराब को भेजने के लिए उसको पीपों में बन्द करके बाहर से टीन की पत्तियों द्वारा कस दिया जाता है। चना, चावल, गेहूँ आदि प्रायः बोरो में भेजे जाते हैं। बहुमूल्य कपड़ों को पहले तेल-वस्त्र में लपेट कर फिर लकड़ी की पेटियों में बन्द करके भेजना चाहिए।

पैकिंग के पश्चात् यह अत्यन्त आवश्यक है कि पेटियों अथवा गाँठों के ऊपर खरीदने वाले का नाम और पता, एवं कोई ऐसा विशिष्ट चिह्न जिससे क्रेता की अपनी पेटी तुरन्त मिल जाय, लिख दिया जाना चाहिये। यह विशिष्ट चिह्न साधारणतया त्रिभुज, चतुर्भुज इत्यादि किसी रेखा-चित्र के अंदर माल के पाने वाले के नाम प्रारम्भिक अक्षर लिखकर बनाया जाता है। साथ में, यदि बन्दरगाह का नाम भी लिख दिया जाय, तो प्रति सुविधा हो। विशेष प्रकार के माल के लिये विशेष शब्द भी लिखना आवश्यक है, जैसे “सावधान ! काँच है” (Glass with Care), “यह दिशा ऊपर” (This side-up), “अत्यन्त जलनशील” (Highly Inflamable), “टूटने वाली” (Brittle)।

(५) माल भेजने का समय तथा साधन (Delivery of Goods)—माल के भेजने के समय के सम्बन्ध में आदेश अथवा इन्डेंट में स्पष्ट निर्देश होते हैं, जिनको पालना विक्रेता का कर्त्तव्य है। यदि समय-सम्बन्धी कोई निर्देश नहीं है, तो उसको चाहिए कि उचित समय के भीतर वस्तुओं को भेज दे, अथवा वह मँगाने वाले की

हानि-पूर्ति का उत्तरदायी होगा। हाँ। यह आवश्यक है कि यदि कोई असाधारण परिस्थिति हो जाय, जैसे युद्ध, भूकम्प, हड़ताल, दंगा अथवा आग, तो देरी के लिए वह उत्तरदायी नहीं होगा।

समय के प्रतिरिक्त यह बात भी बड़े महत्व की है कि वस्तुओं को मँगाने वाला साधन-सम्बन्धी ऐसे स्पष्ट निर्देश दे दे कि किम जहाज से और किम बन्दरगाह से माल को भेजा जाय।

(६) प्रागोप (Insurance)—समुद्र द्वारा भेजे हुए माल का प्राय बीमा करा लिया जाता है। इससे माल पूर्णतः सुरक्षित हो जाता है। यदि माल का बीमा कराना है, तो क्रेता को यह पूर्व सूचना देना आवश्यक है कि बीमा कौन करायेंगा? यदि विक्रेता द्वारा बीमा कराना है, तो क्रेता का यह कर्तव्य है कि वह इन्डेंट में ऐसा स्पष्ट निर्देश कर दे, और उस प्रागोप प्रमण्डल का नाम लिख दे, जिससे वह बीमा कराना चाहता है।

(७) भुगतान (Payment)—भुगतान के सम्बन्ध में यह बात ध्यान देने योग्य है कि जिस देश में माल खरीदा जाय, उस देश की मुद्रा में ही भुगतान किया जाय, जैसे—भारत और अमेरिका के सौदों में भुगतान डालर में किया जाता है। विनिमय दर सम्बन्धी निर्देश इन्डेंट में स्पष्ट लिख देना चाहिये।

(८) पंचायत (Arbitration)—दोनों पक्षों की सुविधा के लिये यह भी बड़ा आवश्यक है कि प्रतिज्ञा-पत्र में पंचायत का विवरण दे दिया जाय, जिससे यदि कभी विवाद उठे, तो वह सरलता से तय कर दिया जाय।

आयात और निर्यात कर (Import and Export Duties)

जैसा हम पीछे कह चुके हैं, विदेश से आये हुए माल पर लगने वाले कर को आयात-कर (Import-duty) और देश से बाहर जाने वाले माल पर लगने वाले कर को निर्यात-कर कहते हैं। आयात और निर्यात-कर वस्तु का मूल्य बढ़ा देते हैं, और इनसे अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में रुकावट आती है।

आयात और निर्यात करों के भेद

(१) राजस्व चुंगी (Export Duties)—यह चुंगी, जो कि राज्य के सखों को पूरा करने की दृष्टि से घन इकट्ठा करने के लिये लगाई जाती है—राजस्व चुंगी कहलाती है। इन्हें भागव-कर भी कहते हैं, और इनसे अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में विशेष बाधा नहीं पड़ती।

(२) रक्षात्मक चुंगी (Protective Duties)—रक्षात्मक-कर लगाने का मुख्य उद्देश्य देशी उद्योगों की उन्नति करना होता है। उदाहरण के लिए यदि देशी कपड़ा बाजार में ॥२॥ गज बिकता है और वैसा ही विदेशी कपड़ा ॥१॥ गज, तो विदेशी कपड़े पर ॥१॥ प्रति गज के हिसाब से आयात-कर लगा देने ॥ देश के मूल्य उद्योग की रक्षा हो जायेगी, ऐसी परिस्थिति में विदेशी कपड़ा ॥२॥ गज बिकने लगेगा,

और देशों का उल्लेख करते हैं। रक्षात्मक-कर लगाने वाला देश रक्षात्मक प्रथवा संरक्षण देश (Protective Country) कहा जाता है और इसके विपरीत जिस देश के आयात-कर प्रायम-स्वभाव के होते हैं, उसे स्वतन्त्र व्यापार वाला देश (Free Trade Country) कहते हैं।

(३) प्रापेक्षिक प्रथवा अधिमान्य दर (Preferential Duties)—कभी-

आयात व निर्यात करों के
मुख्य भेद

- (१) आगत कर।
- (२) संरक्षण कर।
- (३) अधिमान्य कर।
- (४) मात्रानुसार कर।
- (५) मूल्य कर।

कभी दो देशों में परस्पर समझौता हो जाने पर वहाँ से आयात किये जाने वाले माल पर पूरे संरक्षण-कर नहीं लगाये जाते, उनमें अन्य देशों की अपेक्षा कुछ कमी कर दी जाती है। ऐसे करों को रियायती, अधिमान्य प्रथवा प्रापेक्षिक कर कहते हैं। उदाहरण के लिये, अपने देश में ब्रिटिश साम्राज्य के अन्य देशों से जो माल आता है उस पर अन्य देशों के माल की अपेक्षा कम आयात-कर लगाया जाता है।

(४) मात्रानुसार कर (Specific Duties)—जो कर माल की तादन्तील प्रथवा सत्या के आधार पर लगाया जाता है—जैसे प्रति टन या प्रति मन या प्रति गैलन इत्यादि माल आता है, उस पर दिया—उसे मात्रानुसार या परिमाण-कर कहते हैं।

(५) मूल्य कर (Advalorem Duties)—जो कर वस्तुओं के मूल्य के आधार पर लगाया जाता है, जैसे एक घाना प्रति दिया—उसे मूल्य कर कहते हैं। मूल्य कर या तो स्थिर-मूल्य पर आँका जाता है प्रथवा बाजार-मूल्य पर। भारतवर्ष में अधिकतर आयात-निर्यात कर 'मूल्य-कर' हैं।

आयात-निर्यात कर सूची (Tariff)

आयात-निर्यात पर लगाये जाने वाले करों की सूची को 'टैरिफ'-ग्रन्थ, आयात-निर्यात कर-सूची प्रथवा टैरिफ कहते हैं, और यह बड़े महत्व की वस्तु है।

आयात व निर्यात करों का संग्रह

प्रत्येक बन्दरगाह पर आयात और निर्यात करों के नियंत्रण के लिए एक कर-गृह (Customs' House) होता है, जिसका अध्यक्ष कलेक्टर (Collector of Customs) कहलाता है। कर-कलेक्टर की सहायता के लिये सहायक कलेक्टर भी होते हैं। कार्य-शुशलता के हेतु कर-गृह में निम्नलिखित मुख्य विभाग होते हैं —

(१) निर्यात विभाग (Export Department)—इसका मुख्य कार्य माल को निर्यात करने तथा जहाज को बन्दरगाह छोड़ने की अनुमति देना होता है।

(२) आयात विभाग (Import Department)—इसका मुख्य कार्य माल मँगाने वाले को माल के लेने की अनुमति देना होता है।

(३) मूल्य निरूपक विभाग (Price Determination Department)—

जैसा कि इन धन्दों से हो स्पष्ट है कि इस विभाग का मुख्य कार्य आयात का मूल्य निर्दिष्ट करके उचित कर लगाना होता है। इस कार्य में सहायता के हेतु मूल्य निरूपक तथा परीक्षक होते हैं।

कस्टम हाउस के छः विभाग

- (१) निर्यात विभाग।
- (२) आयात विभाग।
- (३) मूल्य निरूपक विभाग।
- (४) रोक-थाम विभाग।
- (५) प्रयोगशाला।
- (६) आयात-निर्यात नियन्त्रण विभाग।

प्रवेश तो नहीं कर रहा।

(४) रोक थाम विभाग (Security Department)—

नियम के विरुद्ध माल के आयात घषना निर्यात को रोकने के लिये जो विभाग होता है, उसे रोकथाम विभाग कहते हैं। यह विभाग यह देखता है कि जिस माल पर बाहर जाने में रोक है वह भेजा तो नहीं जा रहा और बिना आवश्यक कर दिये कोई माल देश में

(५) प्रयोगशाला (Laboratory)—जिन वस्तुओं की रासायनिक परीक्षा की आवश्यकता होती है, उनके लिये एक प्रयोगशाला भी होती है।

(६) आयात-निर्यात नियन्त्रण विभाग (Import and Export Control Section)—इस विभाग का मुख्य कार्य यह देखना होता है कि प्रत्येक आयात और निर्यात केवल राशिकीय लाइसेन्स के अनुसार हो, और देश के बाहर ऐसा कोई माल नहीं जाने पावे जो दानु को सहायक हो। वास्तव में मुद्रा-कार्य ने ही इस विभाग को जन्म दिया है क्योंकि तब से ही लाइसेन्स की प्रथा प्रचलित हुई है।

प्रतिबधित भण्डा प्रमाणित गोदाम (Bonded Warehouse)

इससे हमारा तात्पर्य ऐसे गोदाम से है, जिसमें कि माल भंगाने वाला आयात करके भुगतान तक माल रखवा सकता है। इनको प्रतिबन्धित गोदाम इसलिए कहते हैं, क्योंकि इनके मालिक सरकार को एक प्रतिबन्ध-पत्र (Bond) भरकर देते हैं और इस प्रकार वे प्रतिज्ञा-बद्ध हो जाते हैं। इन गोदामों का महत्व वास्तव में उन आयात-कर्ताओं के लिये है जो बन्दरगाह पर माल के आते ही गुरस्त कर भ्रष्टा नहीं कर सकते। ऐसी परिस्थिति में वे कर कलेक्टर के नाम एक प्रार्थना-पत्र भेजते हैं कि वे माल पर कर अभी भ्रष्टा न कर बाद में चुकाना चाहते हैं, अतएव उनका माल प्रतिबधित गोदाम में रखा दिया जाये। तत्पश्चात् माल प्रतिबधित गोदाम में रखा दिया जाता है और गोदाम वाले उसकी एक रसीद दे देते हैं। जब मान गोदाम से मुक्त किया जाता है तब कर के सहित गोदाम का किराया भी वसूल किया जाता है। परन्तु यदि माल पुनः निर्यात के लिये होना है, तो कर चुकाने की आवश्यकता नहीं होती। यदि 'कर-गृह' के अधिकारियों की आज्ञा के बिना प्रतिबधित गोदाम में से माल निकाल लिया जाय, तो आयातकर्ता को भारी दण्ड भुगतना पड़ता है। यदि आये माल को

वापस कर दिया जाय, तो ऐसी दशा में वर भी लौटा दिया जाता है और इसे 'प्रतिदान' कहते हैं।

मूल स्थान का प्रमाण पत्र (Certificate of Origin)

आपेक्षित कर के सम्बन्ध में ऐसे प्रमाण-पत्र का बड़ा महत्त्व है, क्योंकि इससे यह पूर्णतः ज्ञात हो जाता है कि माल का उद्गम केन्द्र कौनसा है, जिसमें कि घोषणा न हो और केवल उन्हीं देशों के मान पर कम चुगी ली जाय, जिनसे सचमुच में सम्प्रभाता है। मूल स्थान के प्रमाण-पत्र को प्रायः उद्गम का प्रमाण-पत्र कहते हैं, क्योंकि इसमें निर्धारित किये जाने वाले माल का मूल अथवा उद्गम स्थान दिया होता है। यह प्रमाण पत्र बोर्डर की पीठ पर छापा हुआ होता है अथवा कभी-कभी पलग फार्म पर भी दिया जाता है, जो कि कर-गृह अथवा चेंबर आफ कॉमर्स में प्राप्त किये जा सकते हैं। उद्गम के प्रमाण-पत्र पर माल भेजने वाले अथवा उनके प्रतिनिधि के हस्ताक्षर होना प्रति आवश्यक है। जैसा अभी ऊपर लिख चुके हैं, इन प्रमाण-पत्रों के उपस्थित करने पर माल पर आयात-कर नियमानुसार दर से कम लगता है।

उत्पादन-कर (Excise Duties)

उत्पादन-कर से हमारा तात्पर्य ऐसे करों से है जो कि देश के भीतर ही कुछ विशिष्ट वस्तुओं की उत्पत्ति पर लगाये जाते हैं, जैसे—अपने देश में गाँजा, शराब, विषामलाई के उत्पादन पर लगाये हुए कर। उत्पादन कर और आयात-निर्वात कर बिल्कुल भिन्न हैं, उत्पादन कर तो देश के भीतर की वस्तु की उत्पत्ति पर लगते हैं और आयात-निर्वात कर माल के आयात-निर्वात पर।

चुगी (Octroi)

नगरपालिका अथवा अन्य स्थानीय संस्थाओं द्वारा अपने नगर में प्रवेश पाने वाले माल पर लगाए हुए कर की चुगी कहते हैं।

विदेशी भुगतान (Foreign Payment)

देशी और विदेशी व्यापार में माल के मूल्य को चुकाने का ढंग भिन्न है। देशी व्यापार में तो भुगतान स्वयं भेजकर अथवा बैंक, ट्रेडिंग या बिल आफ एक्सेचेंज द्वारा किया जा सकता है। किन्तु विदेशी भुगतान में दो मुख्य कठिनाइयाँ होती हैं—एक तो मुद्रा की, क्योंकि विभिन्न देशों में विभिन्न प्रकार की मुद्राओं का चलन होता है और दूसरे भुगतान की विधि के सम्बन्ध में। भुगतान करने के कुल प्रचलित ढंग ये हैं —

(1) बिल की स्वीकृति पर कागज पत्र

विदेशी भुगतान का सबसे सरल और साधारण उपाय यह है कि माल भेजने वाला आयातकर्ता को माल का अधिकार दिलाने वाले सम्पूर्ण कागजात स्वयं भेज दे और आयातकर्ता को एक सादा बिल लिख दे। किन्तु भुगतान की यह विधि उसी

दशा में सम्भव है जबकि प्रायातकर्ता एक ईमानदार एवं पूर्ण परिचिन व्यक्ति हो, ग्रन्थया नहीं। इसलिये यह विधि अधिक चलन में नहीं है।

भुगतान की अधिक प्रचलित विधि तो यह है कि निर्यातकर्ता अपने ग्राहक के नाम एक बिल लिखता है, जिसमें माल के अधिकार दिलाने वाले सम्पूर्ण कागजात, जहाजी रसीद, बीजक, बीमे की रसीद आदि नत्थी कर देता है और उन्हें बिल सहित अपनी बैंक को दे देता है। साथ ही साथ बैंक को यह आदेश भी दे देता है कि माल का अधिकार दिलाने वाले सम्पूर्ण कागज-पत्रों को तभी ग्राहक को देवे जब कि वह बिल का भुगतान कर दे, अन्यथा बिल की स्वीकार करने। ऐसे बिलों की जिसमें उक्त निम्नलिखित कागज-पत्र नत्थी होते हैं, उनके बाला बिल (Documentary Bill) कहते हैं। इस प्रकार के बिल तीन तरह के होते हैं —

(१) स्वीकृति पर कागज-पत्र वाला बिल (Documents Against Acceptance or D/A)—डी/ए बिल का प्रयोग केवल विश्वासपात्र ग्राहकों के साथ ही होता है। इसका आशय यह है कि बिल की स्वीकृति के पश्चात् ही माल के अधिकार दिलाने वाले कागज-पत्र ग्राहक के हाथों में सौंपे जायेंगे, उनके पूर्व नहीं। ऐसे भुगतान की विधि इस प्रकार है—विक्रेता बिल की माल-सम्बन्धी अधिकार-पत्र सहित अपनी बैंक को भेज देता है, जो कि सम्पूर्ण कागजों को प्रायातकर्ता के देश में स्थित अपनी शाखा को भेज देता है। वह वात्सा ग्राहक के सम्मुख बिल उपस्थित करती है और जब ग्राहक उसकी स्वीकार कर लेता है तो माल-सम्बन्धी अधिकार-पत्र उसको सौंप दिये जाते हैं। ऐसे बिल की अवधि प्रायः दो या तीन माह की होती है, जिसके अतीत होने पर बैंक बिल को पुनः प्रायातकर्ता के सम्मुख भुगतान के लिये उपस्थित करता है। भुगतान के बाद इस बात की सूचना विक्रेता के बैंक को भी दे दी जाती है और ऐसी सूचना के मिलने पर विक्रेता के खाते में बिल का रुपया जमा कर दिया जाता है।

(२) भुगतान पर कागज-पत्र वाला बिल (Documents Against Payment or D/P)—जब विक्रेता यह चाहता है कि केवल स्वीकृति ही नहीं बल्कि पूर्ण भुगतान के पश्चात् ही माल के अधिकार-सम्बन्धी कागजात प्रायातकर्ता को सौंपे जायें, तो ऐसी दशा में वह एक दर्शनी (Demand) बिल लिखता है। इसका आशय यह होता है कि बिल के पूर्ण भुगतान के पश्चात् ही माल के अधिकार सम्बन्धी कागजात प्रायातकर्ता को सौंपे जायें। भुगतान के बाद निर्यातकर्ता की बैंक को सूचना मिलने पर उसके खाते में बिल का रुपया जमा कर दिया जाता है। इस प्रकार के बिल को डी० पी० बिल कहते हैं।

(३) बैंक के नाम बिल—कभी-कभी निर्यातकर्ता बैंक के ही नाम बिल भेजता है, क्योंकि ऐसे बिल में अप्रतिष्ठित (Dishonour) होने की सम्भावना कम होती है यही नहीं, ऐसा बिल कम बट्टे पर भुनाया भी जा सकता है। ऐसी दशा में ग्राहक अपनी बैंक से ऐसा प्रबन्ध कर लेता है कि उसके स्थान पर वह बिल की स्वीकार

करते। बिल बैंक के नाम लिखा जाता है। बिल के ही साथ-साथ माल के अधिकार सम्बन्धी कागजात होते हैं। वह बैंक निर्दिष्ट बैंक के सम्मुख बिल उपस्थित करता है और उसकी स्वीकृति के पश्चात् अधिकार-पत्र उसे दे देता है और यदि वह डी० पी० बिल हुआ तो उसके भुगतान के पश्चात् कागज-पत्र दिये जाते हैं। इस प्रकार के बैंक के नाम बिल में अधिक सुविधा एवं सुरक्षा रहती है।

(II) नकद भुगतान पर कागज पत्र सौंपना (C/D or Cash Against Documents)

यह भुगतान की सर्वश्रेष्ठ विधि है। प्रायः सभी केता यह चाहते हैं कि माल के अधिकार सम्बन्धी कागज पत्र हाथ में आने के पश्चात् ही मूल्य का भुगतान किया जाय। ऐसी दशा में विदेशी केता अपनी बैंक में नकद रकमा जमा कर देता है और साथ ही साथ उसे यह आदेश भी दे देता है कि वह अपनी विदेश स्थित शाखा अथवा प्रतिनिधि के द्वारा निर्यातकर्ता को नकद भुगतान कर दे। विदेशी भुगतान की यह विधि विक्रेता के लिये बड़ी उपयोगी है क्योंकि माल सम्बन्धी कागज पत्र भुगतान के बाद ही केता के हाथ में पहुँचते हैं।

(III) विदेशी बैंक ड्राफ्ट (Foreign Bank Draft)

बैंक ड्राफ्ट से तात्पर्य एक ऐसी बिल से है जो एक बैंक के द्वारा अपनी किसी शाखा अथवा प्रतिनिधि के नाम लिखी जाती है और जिसका भुगतान उस बिल को दिलाने पर वह शाखा अथवा प्रतिनिधि कर देता है। इसकी विधि बिल्कुल सरल है। केता को चाहिये कि बैंक में इतना धन जमा कर दे कि जितने मूल्य की वस्तु उसे लेनी है और फिर उसमें विदेश में स्थित शाखा अथवा प्रतिनिधि के नाम बिल लिखा ले। इस बिल को केता सावधानी से विनैता के पास भेज देता है, जो दस बैंक की शाखा अथवा प्रतिनिधि को यह ड्राफ्ट दिखलाकर भुगतान-प्राप्त कर लेता है।

(IV) तार द्वारा भुगतान (Payment by Telegram)

यदि भुगतान अधिक शीघ्र करना है तो केता को चाहिये कि अपने देश की किसी बैंक में रकमा जमा कर दे और फिर वह बैंक अपनी शाखा अथवा प्रतिनिधि के नाम समुद्री तार द्वारा ऐसा तार भेज दे कि अमुक व्यक्ति को इतने धन का भुगतान कर दिया जाय। तार की प्राप्ति पर तुरन्त विक्रेता के नाम उतना धन जमा कर दिया जायगा तार द्वारा भुगतान की विधि में व्यय अधिक होता है।

बन्धक पत्र

{ Letter of Hypothecation }

यदि निर्यातकर्ता यह चाहता है कि माल के ही साथ बिल का भुगतान हो जाय, तो ऐसी दशा में वह अपने देश की एकपक्षेन्द्र बैंक से बिल को भुना कर रकमा वसूल कर सकता है। किन्तु ऐसी परिस्थिति में उसको एक पत्र लिखकर देना होगा

जिसके आधार पर बिल को अग्रतिष्ठित होने की दशा में बैंक माल पर अधिकार कर सकती है। यही नहीं, इस पत्र के आधार पर बैंक माल को बेच भी सकती है। ऐसे पत्र को वन्धक-पत्र कहते हैं। यदि निर्यातकर्त्ता बराबर निर्यात करता रहता है और उसे बैंक से रुपया लेने की आवश्यकता पड़ती रहती है तो ऐसी दशा में वह समस्त भारी सौदे के लिये एक सामान्य वन्धक पत्र (General Letter of Hypothecation) दे देता है। वन्धक-पत्र का एक काल्पनिक नमूना नीचे दिया जाता है—

LETTER OF HYPOTHETICATION

Manchester,

26th June, 1960

To

The Directors of the Lloyd's Bank Ltd,
MANCHESTER

Dear Sirs,

We enclose herewith a 60 day's sight bill drawn by us on Messrs Mafat Lal Gangal Bhai & Sons, Bombay, for £ 300/- and forward the following shipping documents as security

- 1 Invoice for bales of cotton valued at £ 300,
- 2 Insurance Policy £ 300

3 B/L for bales marked M / G Bombay 15' per 'Himalaya'

from Manchester to Bombay The documents should be surrendered on the payment of the bill

In the case of dishonour of the bill, we hereby authorise you to cause the said goods to be sold on our account at our risk and subject to the charges for commission and incidental charges

Yours faithfully,
Parkinson & Brothers

जहाजी किराए का अनुबन्ध (Contract of Affreightment)

जहाज के द्वारा माल ले जाने के हेतु जहाजी कम्पनी से जो अनुबन्ध किया जाता है, उसे जहाजी किराये का अनुबन्ध कहते हैं। प्रायः वह लिखित होता है। इस अनुबन्ध के दो मुख्य स्वरूप होते हैं :—नवमाटक-पत्र (Charter Party or C/P) जहाजी बिल्टी (Bill of Lading or B/L)

(१) नवमाटक पत्र (Charter Party C/P)—इससे अभिप्राय ऐसे पत्र से है जिसके द्वारा सम्पूर्ण जहाज को किराये पर ले लिया जाता है। इस प्रकार का अनुबन्ध उस दशा में होता है जबकि माल काफी बड़ी मात्रा में भेजा जाता हो और पूरे जहाज

को ले जाने में ही सुविधा और विफायत हो। नवमाटक-पत्र यह तो पूरे जहाज के किराये के लिये होता है, घण्टा उमके पूरे एक भाग के लिये होता है। यदि वह विशेष यात्रा के लिये है तो उसे यात्रा चार्ट (Voyage-Charter) और यदि विशेष समय के लिये है, तो उसे समय-चार्ट (Time-Charter) कहते हैं। इस पत्र में तीन मुख्य बातें लिखी जाती हैं —

(अ) उन बन्दरगाहों के नाम जिनके बीच में जहाज का घाना-जाना होगा।

(ब) माल का स्पष्ट विवरण।

(ग) जहाजी किराये की रकम।

इन प्रमुख बातों के अतिरिक्त इस पत्र में कुछ अन्य बातें भी होती हैं, जैसे किराये के भुगतान का ढग, माल उतारने-बढ़ाने के लिये निर्धारित समय, आदि।

(२) जहाजी बिल्टी (Bill of Lading—B/L)—यदि माल की मात्रा अधिक नहीं है तो ऐसी दशा में जहाजी किराए का जो अनुबन्ध होता है उसे जहाजी बिल्टी कहते हैं। यह बिल्टी जहाज पर लादे हुए माल की स्वीकृति होती है, और इसमें वे सम्पूर्ण बातें छपी होती हैं, जिन पर कि माल ले जाने के लिए जहाजी कम्पनी तैयार होती है। जहाजी बिल्टी की प्रमुख बातें ये हैं —

(अ) भेजने वाले का नाम।

(ब) माल लादने का स्थान।

(ग) माल लादने की तिथि।

(घ) अभीष्ट बन्दरगाह का नाम।

(ङ) जहाज और उसके कप्तान का नाम।

(च) माल का विवरण—उसकी किम्मत।

(छ) जहाजी किराये की रकम।

जहाजी बिल्टी को अन्य सन्दर्भों में माल का अधिकार-पत्र (Document of Title) भी कह सकते हैं और यह एक व्यक्ति से दूसरे के लिये हस्तातरित भी की जा सकती है। यह दो प्रकार की होती है—वाहक (Bearer) और आदिष्ट (Order)। वाहक में तात्पर्य ऐसी बिल्टी में है, जिसकी अभीष्ट बन्दरगाह पर उपस्थित करने वाला कोई भी व्यक्ति मान प्राप्त कर सकता है, और आदिष्ट में तात्पर्य ऐसी बिल्टी में है जिसमें किसी विशेष व्यक्ति का नाम दिया होता है, और माल की सुपुर्दगी उसी विशेष व्यक्ति को अथवा उसके द्वारा किसी आदेशित व्यक्ति को ही हो सकती है। वाहक बिल्टी का हस्तातरण केवल सुपुर्दगी देकर ही किया जा सकता है, किन्तु आदिष्ट बिल्टी के हस्तातरण के लिये सुपुर्दगी एवं पृष्ठांकन (Endorsement) दोनों ही आवश्यक हैं।

उक्त लिखित बातों से यह आशय न निवासना चाहिए कि जहाजी बिल्टी एक बेचान साध्य विपत्र (Negotiable Instrument) है। उन दोनों में बड़ा महत्वपूर्ण अन्तर है, जहाजी बिल्टी के धारक (Holder) का माल पर अधिकार हस्तातरक

(Transferor) के अधिकार से श्रेष्ठ नहीं हो सकता, किन्तु बेचान साध्य विपत्र (जैसे बी० ई० या पी० यन) का नियमानुसार धारक (Holder in due Course) हस्तांतरक के अधिकार में दोष होने पर भी, उस पर निर्दोष अधिकार प्राप्त कर सकता है। अतएव जहाजी बिल्टी को एक अर्ध बेचान साध्य विपत्र (Semi Negotiable Instrument) कह सकते हैं।

अभ्यास के प्रश्न

१. "विदेशी व्यापार" से क्या अभिप्राय है ? इसकी लाभ-हानियों का विवेचन करिये।
२. विदेशी व्यापार में माल का भुगतान करने की विभिन्न रीतियों पर प्रकाश डालिये।
३. 'मार्डर' एवं 'इन्डेण्ट' में क्या भेद है ? इनमें कौन-कौन-सी बातें दी जाती हैं ?
४. विदेशी व्यापार में कौन-कौन से मूल्य प्रचलित हैं ? स्पष्ट समझाइये।
५. निम्न पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिये —
 - (अ) उद्गम स्थान का प्रमाण-पत्र।
 - (ब) प्रतिबन्धित गोदाम।
 - (स) उत्पादन कर।
 - (द) आयात-निर्वात कर।



विदेशों से माल मँगाना अथवा आयात प्रणाली

(Importing Goods or Import Procedure)

आयात व्यापार की गति-विधि

आयात व्यापार की वास्तविक गति-विधि, एक उदाहरण द्वारा, बड़ी सरलता से समझी जा सकती है।^१ मान लो प्रागरे का साहित्य भवन इंग्लैंड से कुछ पुस्तकें खरीदना चाहता है और वह पुस्तकों के खरीदने और निर्यात करने का काम पार्किन्सन एण्ड कम्पनी को सौंपता है। इस दृष्टान्त में आयात व्यापार की वास्तविक गति-विधि निम्नांकित ढंग से होगी —

(१) इन्डेंट—साहित्य भवन का सर्वप्रथम कार्य एक इन्डेंट तैयार करके मैसर्स पार्किन्सन एण्ड कम्पनी लिमिटेड को भेजना होगा। इस इन्डेंट को बड़ी सावधानी से बनाना चाहिए और उसमें पुस्तकों के नाम, उनकी संख्या, मूल्य, पैकिंग, रवाना करने का समय और जहाज तथा बीमा के सम्बन्ध में स्पष्ट निर्देश देना चाहिए।

(२) निर्यात प्रतिनिधि—जब मैसर्स पार्किन्सन एण्ड कम्पनी को इन्डेंट मिलेगा, तो वे उसमें दिये गये आदेशों के अनुसार पुस्तकों को खरीदेंगे और फिर उनको भेजने की व्यवस्था करेंगे। निर्यात प्रतिनिधि को इस बात का विशेष ध्यान रखना चाहिये कि वही पुस्तकें खरीदी जावे जो इन्डेंट में लिखी हैं और उनकी संख्या भी इन्डेंट के अनुसार हो। खरीदने के पश्चात् पुस्तकों का भरी प्रकार पैकिंग कराना चाहिये और तत्पश्चात् जहाज के द्वारा भेजना चाहिए। जहाज द्वारा भेजने के लिए, वह माल के लदाने वाले प्रतिनिधि की सेवाओं का भी उपभोग कर सकता है। माल के जहाज पर लद जाने के बाद उसके अधिकार सम्बन्धी कागज पत्र बीजक के साथ बैंक के द्वारा भेज देना चाहिए। यही नहीं, बीजक की एक प्रति

१ आजकल सभी देशों में आयात-निर्यात पर कुछ न कुछ प्रतिबन्ध लगे हुए हैं। भारत में भी कुछ वस्तुओं का आयात करने के लिये सरकार से लाइसेंस लेना पड़ता है।

विदेशों से माल भगाने के लिये की जाने वाली कार्यवाही

- (१) इण्डेन्ट भेजना ।
- (२) निर्यात प्रतिनिधि द्वारा क्रय ।
- (३) जहाजी कागज-पत्रों की प्राप्ति ।
- (४) निकासी प्रतिनिधि को आदेश ।
- (५) जहाजी कम्पनी की अनुमति ।
- (६) आयात करों का भुगतान ।
- (७) डाक व्यवस्था करना ।
- (८) माल की निकासी ।
- (९) माल को बंधक गोदाम में रखना ।
- (१०) रेल द्वारा माल भेजना ।
- (११) रेल से माल छुड़ाना ।

तथा माल भेजने की सूचना सीधे डाक द्वारा साहित्य भवन को भेजना चाहिए । बीजक में पुस्तकों का मूल्य, भेजने का खर्चा और कमीशन स्पष्ट लिखना चाहिए । यदि डी/पी बिल है, तो निर्यात प्रतिनिधि उसे अपनी बैंक को स्पष्ट वसूल करने के लिए दे देगा। बीजक के मिलने पर साहित्य भवन का मैनेजर इसको अपने भेजे हुए इंडेन्ट से पुस्तकों के नाम सत्या तथा मूल्य के संस्वरूप में मिलावेगा ।

(३) जहाजी कागज पत्रों की प्राप्ति—जब साहित्य भवन के मैनेजर को बैंक से यह सूचना मिलेगी कि कागज-पत्र आगये हैं, तो वह प्रेषक के निर्देशानुसार बिल का भुगतान कर देगा (यदि वह डी/पी बिल है), और तत्पश्चात् माल के अधिकार सम्बन्धी कागज-पत्र—जहाजी रसीद (बी०/एल०) बीमा की रसीद आदि अपने अधिकार में कर लेगा ।

(४) निकासी प्रतिनिधि को आदेश—अब माल की बम्बई के बन्दरगाह से उतरवाने के लिये साहित्य भवन एक निकासी प्रतिनिधि (Clearing Agent) नियुक्त करेगा और अधिकार-सम्बन्धी सम्पूर्ण कागज-पत्रों को एक आदेश-पत्र के साथ भेज देगा । माल के उतारने की सेवा के लिये निकासी प्रतिनिधि को कुछ कमीशन देना होता है ।

(५) जहाजी कम्पनी की अनुमति—आदेश-पत्र पाने के पश्चात् निकासी प्रतिनिधि उस जहाज के आने पर जहाजी दफ्तर में जाकर भाड़ा आदि चुका कर (यदि चुकाना है) जहाजी बिल्टी पर जहाजी कम्पनी से अनुमति सूचक हस्ताक्षर करा लेगा । यदि जहाजी बिल्टी के आने में देर हुई तो निकासी प्रतिनिधि को चाहिए कि एक गारन्टी फॉर्म (Guarantee Form) भर दे, जिसमें कि यह घोषणा करनी पड़ती है कि उसको माल पाने का उचित अधिकार है और यदि जहाजी कम्पनी को किसी प्रकार की भी हानि हुई तो वह (निकासी प्रतिनिधि) उसका दायी होगा । ऐसी परिस्थिति में जहाजी कम्पनी एक निकासी चासाम बनाती है, जिसको उपस्थित करने पर निकासी प्रतिनिधि जहाज से माल छुड़ा सकता है । यहाँ पर यह ध्यान देने योग्य

है कि जब जहाजी बिल्टी भा जाय तब निकासी प्रतिनिधि को चाहिए कि बिल्टी जहाजी कम्पनी को देकर मारण्टी फॉर्म वापस ले ले ।

(६) **आयात-कर**—माल को छुड़ाने से पहले निकासी प्रतिनिधि को कर-गृह (Custom House) जाना होगा और कर-खालान के फॉर्म की तीन प्रतियाँ बनानी पड़ेंगी । कर-खालान फॉर्म तीन प्रकार के होते हैं—एक तो कर लगने वाले, दूसरे न लगने वाले और तीसरे पुन बाहर जाने वाले माल के लिये । यह तीनों प्रकार के कर-खालान फॉर्म भिन्न-भिन्न प्रकार के रगीन कामज प्रथवा स्थाहियों में छपे होते हैं । कर-गृह से उचित फॉर्म लेकर उसमें निम्नांकित विवरण सुन्दरता से भर देना चाहिए—जहाज का नाम, बन्दरगाह का नाम जहाँ से माल आया है, माल मगाने वाले का नाम और उसका पता, पेटियाँ प्रथवा बंडलों की संख्या और माल का संक्षिप्त विवरण । इस फॉर्म के पाने के बाद कर-गृह के अधिकारी उसमें दिये हुए विवरण को जहाजी कम्पनी द्वारा दिये गए माल के विवरण ॥ मिलाते हैं और फिर यह निश्चय करते हैं कि माल पर कितना आयात-कर लिया जाय । कर का भुगतान कर देने पर अधिकारी फॉर्म की एक प्रति अपने पास रख लेंगे और दो प्रतियाँ निकासी प्रतिनिधि को दे देंगे ।

(७) **डॉक-भ्यय (Dock Charges)**—आयात कर देने के पश्चात् निकासी प्रतिनिधि को चाहिए कि डॉक भ्यय भ्रदा करदे । इसके लिये उसे डॉक खालान की दो प्रतियाँ भरनी पड़ेंगी । इनके उपस्थित करने पर डॉक अधिकारी अपना चार्ज वसूल कर लेंगे और फिर निकासी प्रतिनिधि को खालान की एक प्रति लौटा देंगे । यह कार्य भी महत्वपूर्ण है, क्योंकि डॉक भ्यय भ्रदा किये बिना माल अधिकार में नहीं आ सकता ।

(८) **माल की निकासी**—डॉक चार्ज भ्रदा करने के बाद निकासी प्रतिनिधि माल के निकट जावेगा और जहाजी कम्पनी का अनुमति पत्र, जहाजी बिल, कर खालान और डॉक खालान आदि कामज-पत्रों की उपस्थित करेगा और फिर डॉक अधिकारियों से माल से जाने की अनुमति मिल जायगी । यहाँ पर यह कहना प्रभाव-व्यक्त न होगा कि यदि नुगी के निरीक्षक चाहे तो माल निकालने के पूर्व पेटियों को खुलवा सकते हैं । इसके बाद जहाँ तक हो सके शीघ्र से शीघ्र माल को बन्दरगाह से हटवा लेना चाहिए, नहीं तो देरी होने से दण्ड स्वल्प हर्जाना देना पड़ता है ।

(९) **माल का बंधक गोदाम में रखना**—जैसा हम ऊपर कह चुके हैं कि यदि आयातकर्ता कर गुरन्त भ्रदा नहीं कर सकता तो भ्रदा करने के समय तक माल को प्रमाणित प्रथवा प्रतिवा-धत गोदाम में रखना होगा । गोदाम में माल के ॥ जाने पर गोदाम वाला एक रसीद देगा जिसे डॉक वारण्ट (Dock warrant) कहते हैं । इस रसीद पर टिकट लगा होता है और इसका हस्तान्तरण सुपुर्दगी और पृष्ठाकना द्वारा किया जा सकता है । डॉक वारण्ट देने पर माल की सुपुर्दगी कर दी जाती है ।

(१०) माल का भेजना—अब निकासी प्रतिनिधि माल को रेल में लदवा कर साहित्य भवन के पास आगरा भेज देगा और उनको इस बात की सूचना दे देगा कि माल रेल द्वारा आगरा खाना कर दिया गया है। सूचना के साथ वह रेल की रसीद, डॉक की रसीद और माल के निकासी सम्बन्धी अपने खर्चों का बिल भेज देगा।

(११) रेल से माल छुड़ाना—रेल की रसीद मिल जाने पर साहित्य भवन, आगरा रेलवे स्टेशन से माल की सुपुर्दगी ले लेंगे और वहाँ से उचित सवारी में माल भर कर अपनी दुकान तक ले आवेंगे।

अभ्यास के प्रश्न

१. विदेशों से माल मँगाने के लिये आपको जो विभिन्न कार्य करने होंगे, उन पर संक्षेप में प्रकाश डालिये और यह भी बताइये कि इस सम्बन्ध में कौन-कौन से महत्वपूर्ण उल्लेख भरने भराने होंगे।

माल ले जाने वाले जहाज का नाम लिखा रहता है और अग्रिम प्राज्ञा-पत्र वह है जिसमें जहाज का नाम नहीं लिखा होता। अग्रिम प्राज्ञा-पत्र में वह तारीख लिखी होनी है जिसके भीतर माल बन्दरगाह से रवाना कर दिया जायगा। जहाजी प्राज्ञा-पत्र के मिल जाने पर माल का भेजना आवश्यक हो जाता है और यदि माल न भेजा जाय तो जहाजी कम्पनी किराया वापस नहीं करेगी। ऐसे किराये को, जो बिना माल भेजे देना पड़ता है, मृत किराया (Dead freight) कहते हैं।

(७) निर्यात कर—जहाज की पूर्ण व्यवस्था हो जाने पर प्रेषक प्रतिनिधि को चाहिए कि समस्त निर्यात-कर का भुगतान करदे। इस कार्य के लिये, उनको विदेशी चुंगी-गृह के चालान की तीन प्रतियाँ भरनी पड़ेगी, जो विभिन्न रंगों में छपी रहती हैं। चालान की एक प्रति चुंगी-गृह में रह जाती है और दो प्रेषक प्रतिनिधि को दे दी जाती हैं। यहाँ पर यह जानना आवश्यक है कि चुंगी-गृह के चालान या जहाजी बिल तीन प्रकार के होते हैं—मुक्त, कर-देय एवं तटीय, जिस माल पर कर नहीं लगता उसे मुक्त, और जिस पर कर लगता है उसे कर-देय, और जो माल देश के एक बन्दरगाह पर भेजा जाता है उसे तटीय कहते हैं और इन तीनों प्रकार के मालों के लिए अलग-अलग प्रकार के चालान काम में आते हैं।

(८) डॉक चालान (Dock Challan)—चुंगी चालान पाने के पश्चात् डॉक के अधिकारियों से भी अनुमति पाना अति आवश्यक हो जाता है, क्योंकि अनुमति के बिना माल डॉक पर नहीं ले आया जा सकता। माल को जहाज पर लादने के लिये अधिकारी कुछ चार्ज करते हैं। इस कार्य के लिये दो प्रतियों में डॉक का चालान भरना होता है। डॉक का व्यय भुगतान करने पर डॉक का अधिकारी चालान की एक प्रति प्रेषक प्रतिनिधि को लौटा देगा। प्रेषक प्रतिनिधि को जहाजी व चुंगी चालान की एक-एक प्रति भी डॉक के अधिकारियों को देनी होगी।

(९) माल का लादना—डॉक चालान की प्रतिलिपि उपस्थित करने पर प्रेषक प्रतिनिधि को माल लादने का अधिकार मिल जाता है। डॉक पर चुंगी-गृह के जाँच करने वाले अधिकारी रहते हैं जो कि इस बात की जाँच करते हैं कि जहाज में वही माल लादा जावे, जिस पर निर्यात-कर भुगतान कर दिया गया है और जिसका वर्णन जहाजी बिल में है। बन्दरगाह पर जहाज के कप्तान को जहाजी प्राज्ञा-पत्र दिखाना भी अत्यन्त आवश्यक है।

(१०) कप्तान अथवा मैट्स की रसीद (Mates Receipt)—जहाज में माल के लद जाने के पश्चात् प्रेषक प्रतिनिधि को जहाज के कप्तान की ओर से एक रसीद दे दी जायगी, जिसको मैट रसीद कहते हैं, और यह लादे हुये माल की प्राप्ति स्वीकृति के रूप में होती है। यह दो प्रकार की होती है—शुद्ध रहित (Clean) और दूषित (Foul)। अगर पेंचिंग सतोषजनक होता है तब तो शुद्ध रहित रसीद दी जाती है और यदि असन्तोषजनक है तो दूषित।

(११) जहाजी बिल्टी—कप्तान की रसीद पाने के पश्चात् प्रेषक प्रतिनिधि पुन जहाजी कम्पनी के दफ्तर में जावेगा। वहाँ जहाजी बिल्टी (Bill of Lading or B/L) का फार्म भरके कप्तान की रसीद के साथ तथा चार आने वा टिकट लगाकर दे देनी चाहिये। यदि किराया पेशगी देना है, तो प्रेषक प्रतिनिधि को चाहिए कि उसको अदा कर दे। साधारणतः जहाजी बिल्टी की तीन या चार प्रतियाँ ली जाती हैं। जहाजी बिल्टी में निर्यातकर्ता का नाम, स्थान व दिन, अभीष्ट बन्दरगाह, जहाज और उसके कप्तान का नाम, पान का पूर्ण-विवरण, किराया आदि के प्रतिरिक्त माल के ले जाने की सब शर्तें रखी होती हैं। जहाजी बिल्टी एक प्रतिज्ञा-पत्र का काम करती है और आयातकर्ता को माल का अधिकार इसी के आधार पर मिलता है। कप्तान की रसीद में पैकिंग-मम्बन्धी जो बातें लिखी होती हैं उनकी भी एक नकल जहाजी बिल्टी पर करदी जाती है। यदि कोई प्रेषक प्रतिनिधि दूषित रसीद के बदले में अच्छी जहाजी बिल्टी चाहे तो उसे क्षति-पूर्ति का बन्धक पत्र (Indemnity Bond) भरना होगा।

(१२) चार्टर पार्टी—जैसा हम पीछे कह चुके हैं कि यदि अधिक मात्रा में माल भेजना होता है, तो सम्पूर्ण जहाज को किराये पर कर लिया जाता है और ऐसी दशा में पूरे जहाज के ठेके के लिये जो प्रतिज्ञा-पत्र देना होता है, उसे चार्टर पार्टी कहते हैं।

(१३) सामुद्रिक धामोष (Marine Insurance)—जहाजी बिल्टी मिल जाने के बाद प्रेषक प्रतिनिधि को माल का बीमा कराने की व्यवस्था करनी चाहिए। बीमा का कार्य वह या तो स्वयं किसी बीमा कम्पनी से बात करके या किसी बीमे के दलाल द्वारा कर सकता है। बीमा कम्पनी जहाजी बिल्टी देखकर उचित कार्यवाही कर देगी और आवश्यक प्रीमियम लेकर सामुद्रिक बीमा-पत्र दे देगी। यहाँ यह जानना आवश्यक है कि प्रेषक प्रतिनिधि को माल के मूल्य में १०% अधिक जोड़कर जो रकम प्राप्ति उसका बीमा करना चाहिए।

(१४) प्रेषक प्रतिनिधि की सूचना—इन सब कार्यवाही के पश्चात् प्रेषक प्रतिनिधि एक लेखा बनावेगा, जिसमें उसके सब खर्चों और कमीशन का विवरण होगा। फिर वह उस लेखे को जहाजी चालान बीमे की रसीद आदि कागज-पत्रों के साथ बन्धी करके नरेश योमेश एण्ड ब्रादर्स फतेहगढ़ को डाक द्वारा भेज देगा, जो उसके बिल का भुगतान कर देंगे।

(१५) निर्यात बीजक—प्रेषक प्रतिनिधि की सूचना पाने के पश्चात् निर्यात-कर्ता भेजे गये माल का एक बीजक तैयार करेंगे। साधारणतः बीजक की दो-तीन प्रतियाँ तैयार की जाती हैं। यदि माल अमेरिकन देशों में किसी देश को भेजा जाता तो व्यापार-दूत से प्रमाणित बीजक की आवश्यकता पड़ती है। व्यापार-दूत वह प्रफसर होता है, जो अपने देश के व्यापारिक हितों की रक्षा करता है। उसके द्वारा प्रमाणित बीजक बनवाने के लिए ही बीजक के ३ फार्म भेजाने पड़ते हैं, जिनमें कि माल का

पूर्ण विवरण देना पड़ता है और वहाँ के अधिकारियों के सामने यह घोषणा करनी पड़ती है कि उसके सारे कयन सच है। ऐसी घोषणा के बाद ही व्यापार-दूत उन पर अपने हस्ताक्षर कर देता है और बीजक की दो प्रतियाँ अपने पाम रखकर शेष एक प्रति निर्यातकर्ता को दे देता है। ऐसे बीजक को व्यापार-दूत द्वारा प्रमाणित बीजक (Consular Invoice) कहते हैं। यदि कोई देश ब्रिटिश साम्राज्य में होता तो चुन्नी में कमी कराने के लिये मूल्य-स्थान का प्रमाण पत्र (Certificate of Origin) भी भेजना पड़ता है। इसका वर्णन हम पीछे देखेंगे। पेरिस की माल भेजने में न तो व्यापार-दूत द्वारा प्रमाणित बीजक की आवश्यकता पड़ेगी और न उद्गम के प्रमाण-पत्र की ही।

(१६) भुगतान—इसकी विधि दोनों पक्षों के मध्य समझौते पर निर्भर होती है। यदि भुगतान डॉ/वी बिल के द्वारा होना है, तो माल भेजने वाले पेरिस की फर्म पर एक बिल लिखेंगे और इसके साथ माल के अधिकार सम्बन्धी सारे कागज-पत्र नथी कर देंगे, और फिर उस बिल को इस आदेश के सहित किसी विनिमय बैंक को देंगे कि इसका भुगतान हो जाने के बाद ही कागज पत्रों को मुक्त करें। इस आदेश के अनुसार ही बैंक की विदेशी शाखा आवश्यक रकम मिलने पर कागज-पत्र आयातकर्ता को दे देगी, जब भारतीय बैंक को इस बात की सूचना मिलेगी, तब वह नरेश योगेश एण्ड ब्रादर्स, फतेहगढ़ के नाम उतना रुपया जमा कर देगी।

(१७) क्रेता की सूचना—माल भेजने वाला बैंक को कागज-पत्र सौंपने के साथ-साथ तुरन्त विलियम एण्ड कम्पनी पेरिस को इस बात की सूचना दे देगा कि माल रवाना कर दिया है और अधिकार-सम्बन्धी कागज-पत्र समुक्त बैंक के द्वारा भेजे जा रहे हैं। सूचना-पत्र के साथ बीजक की एक प्रति भी भेज दी जाती है। इस पत्र को पाते ही विलियम एण्ड कम्पनी पेरिस अधिकार-सम्बन्धी कागज-पत्रों को बैंक से लेने की व्यवस्था करेंगे।

अभ्यास के प्रश्न

- १ एक भारतीय क्रेता कुछ मशीनों के लिये अमेरिका की एक फर्म को आर्डर देता है। इन कार्य की विभिन्न अवस्थाओं का संक्षेप में वर्णन कीजिए।
- २ भागरा के एक व्यापारी ने जूतो का एक आर्डर रूस से प्राप्त किया है। विस्तार से बताइये कि इस निर्यात के लिए क्या कार्यवाही की जावेगी ?

देखने के लिए दिया जाता था, किन्तु अब जहाजी कम्पनियाँ कप्तानों को पूरा वेतन देती हैं फिर भी *Primage* की यह प्रथा अभी चालू है। साधारणतः *Primage* १०% लगामा जाता है और यह किराये का हिसाब लगा कर उसी में जोड़ दिया जाता है।

घागोप (Insurance)—जहाज से भेजे हुए सामान का बीमा कराना उचित ही होता है। बीजक की राशि में १०% या १५% लाभ के रूप में जोड़कर कुल राशि का बीमा कराया जाता है। बीमे के प्रीमियम की गणना करते समय १/२° शि० में १/२, ६० से कम की रकम को नहीं जोड़ते और उसके ऊपर होने पर पूरा पीएच मा रूप्या मान लिया जाता है। उदाहरण के लिए रुपये ३,४४५ १५ को ६० १,४४५/- के बराबर माना जायेगा किन्तु ६० ३,४४५ ८० को ६० ३,४४६/- माना जायेगा।

मूल्य की गणना—मूल्य के सम्बन्ध में बेशक इतना ही कहना पर्याप्त है कि जिस प्रकार का मूल्य सूचित किया गया हो उसे अन्तर्गत व्ययों का ठीक-ठीक हिसाब निकालते हुए लिखते हैं और बाद के खर्च बीजक में पृथक रूप से दिखलाये जाते हैं। निम्नलिखित उदाहरणों से बीजक बनाने की विधि और स्पष्ट हो जाएगी।

विदेशी बीजक के उदाहरण (Illustrations of Foreign Invoices)

कल्पना कीजिये कि निम्नलिखित विवरण के अनुसार बीजक तैयार करना है—

On 23rd May 1961, M/s Pandey & Bros, Nagpur, shipped the following goods per 'Jal Usha' to Messrs Parkinson & Bros, Paris—

50 Bags of Sugar Market P & B each containing 2 mds at
Paris

the rate of Rs 50/- per md The charges in connection with the ship were

Packing 50 per bag, Carnage to Port Rs 12/-, Docks charges Rs. 8/-, Bill of Lading etc Rs 2/-, Freight Rs 25 per md plus 10% *primage*, Insurance on Rs 5,500/- @ Rs 25%, Commission 5% Please prepare (1) Loco Invoice, (2) F O B Invoices (3) C & F Invoice and (4) C I F Invoice

स्थानीय बीजक (Local Invoice)—यदि माल स्थानीय मूल्य पर बेचा गया है, तो बीजक में वही मूल्य लिखा जायगा जोकि प्रश्न में दिया गया है और अन्य सारे खर्च अलग दिखलाये जायेंगे। कमीशन माल के मूल्य तथा सब खर्चों की सम्मिलित राशि पर निकाला जायगा। स्थानीय मूल्य का एक उदाहरण इस प्रकार है—

स्थानीय बीजक (Loco Invoice)

Invoice of fifty bags of sugar
Shipped by the undersigned per 'Jal Usha'
From Nagpur to Paris
By order and for account and risk of
Messrs Parkinson & Bros Paris

, Indent No 1008

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P & B Paris	50 Bags of Sugar, each containing 2 mds. = 100 Mds.	50/- a md	-	-	5,000	-
	Add charges — Packing of 50 Bags	50 a Bag	25	—	-	-
	Carriage to Port		12	—	-	-
	Dock charges		8	—	-	-
	B/L etc		2	—	-	-
	Freight	25 a md	25	—	-	-
	+10% Primage Marine Insurance	25 %	2 13	50 12	-	-
					87	62
	Commission	5%	-	-	5,087	62
					254	38
					5,342	-

E & O E
Nagpur,
May 23, 1961

Pandey & Bros

(२) F. O. B. बीजक तैयार करने के लिए सर्वप्रथम F O B. मूल्य ज्ञात करना चाहिए। इस मूल्य में किराये और प्रीमियम की राशि शामिल नहीं होती, वह व्यय के धीरे-धीरे के भन्दर पृथक रूप से दिखाई जाती है। उक्त उदाहरण में F O B Price यह होगी —

50 Bags of Sugar each containing 2 mds. @ Rs 50 per bag	5,000/-
Add —	
Packing charges of 50 Bags @ Rs 50 a bag	25/-
Carriage to Port	12/-
Dock charges	8/-
B L etc	2/-
Cost of goods on board Rs	5,047/-
	47/-

F O B Price per maund = Rs 5,047-100
= Rs 50 47/-

F O B Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Messrs Parkinson & Bros Paris

Indent No 1008

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P & B Paris	50 Bags of Sugar each containing 2 mds = 100 mds F O B Nagpur	Rs 50 47 per m			5,047	—
	Add charges — Freight	23 a md,	25	—		
	+ 10% Primage		2	50		
	Marine Insurance on Rs 5,500/-	25%	13	12	40	62
					5,087	62
	Commission	5%			254	38
					5,342	—

E & O E

Nagpur

May 23, 1961

Pandey & Bros

(३) C. & F. बीजक तैयार करने के लिए सर्वप्रथम C & F मूल्य ज्ञात होना चाहिए। इस मूल्य में केवल बीमे के प्रीमियम की राशि ही सम्मिलित नहीं होती और वह ही प्रलग से दिखाई जाती है। अब उदाहरण में C & F. मूल्य इस प्रकार होगा —

Price of goods on board

Rs 5,047 00

Add Freight

27 50

Total Rs 5,074 50

C & F Price per maund = Rs 5,074 50-100 = Rs 50 74 5

C & F Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Messrs Parkinson & Bros Paris

Indent No 1008

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P & B Paris	50 Bags of Sugar each containing 2 mds=100 md C & F Nagpur	Rs 50 745 per md			5,074	50
	Add :— Marine Insurance on Rs 5,500	25%			13	12
	Commission	5%			5,087 254	62 38
					5,342	—

E & O E
Nagpur
May 23, 1961

Pandey & Bros

(४) C I F. बीजक में सम्पूर्ण खर्च शामिल होते हैं, केवल कमीशन की ही राशि भलग से दिखलाई जाती है। उपर्युक्त उदाहरण में C I F मूल्य इस प्रकार होगा —

C & F Price	Rs 5,074 50
Add Insurance	Rs 13 12

Total 5,087 62

C I F. Price per maund = Rs 5,087 62 — 100 = Rs 50 87

C I F Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Messrs Parkinson & Bros Paris

Mark	Particulars	@	Amount		Amount	
			Rs	nP	Rs	nP
P&B	50 Bags of Sugar each containing 2 mds = 100 mds, <i>C.I.F. Price</i> Commission	Rs 50 876 per m 5%			5,087 254 5 342	62 38 —

E & O E
Nagpur
May 23, 1961

Pandey & Bros

(५) **Franco** बीनक के तैयार करने में माल भंगाने वाले के दरवाजे तक जितना खर्चा होगा, वह इस मूल्य में शामिल होगा। इसके निकालने के लिये C I F मूल्य में निम्नलिखित खर्चे जोड़ना चाहिये—लोहावरे में लाने वाला प्रायात कर, डाक का खर्चा, लोहावरे स्टेशन तक दुलाई का व्यय, पेरिस तक रेल किराया और पेरिस स्टेशन से प्रायातकर्ता के गोदाम तक माल की दुलाई। **Franco** मूल्य में बमीशन भी सम्मिलित रहता है। उक्त उदाहरण में **Franco** मूल्य इस प्रकार होगा—

	£ s d
C I F Price=Rs 5,087 62	
which is equal to @ Rs 1=1s -6d	£ 381-11-5
Add charges	
Import duty	30-0-0
Dock Charges	0-12-0
Cartage	0-10-0
Railway Freight	15- 0-0
Octroi Duty	0-10-0
Cartage	3-10-0
Total	£ 428-18-5
Commission 2%	21-8-11
Total	£ 450- 7-4
Franco Price per md = £ 450/7/4 + 100 = £ 4-10-1	

Franco Invoice

Invoice of Fifty Bags of Sugar shipped by the undersigned per 'Jal Usha' from Nagpur to Paris by order and for account and risk of Parkinson and Bros, Paris

Indent No. 1008

Mark	Particulars	@	Amount			Amount		
			£	s	d	£	s	d
P & B	50 Bags of Sugar each containing 2 mds = 100 mds	£4/10/1d						
Paris	Frarco Paris	per md				450	8	4
						450	8	4

E & O E
Nagpur
May 23, 1961

Pandey & Bros

ग्रन्थ्यास के प्रश्न

१ १ सितम्बर १९५७ को बम्बई के श्री मुरारजी गोकुलदास ने केपटाउन के श्री सिटनी वेब प्रमएडल को निम्न वस्तुएं "वाइट ग्रॉफ एशिया" जहाज द्वारा भेजीं

कपड़े की २० गांठ बिन्हा S
W. Co प्रत्येक गांठ में ६० यान और प्रत्येक यान में
Capetown 1/20

१२ गज सूती कपड़ा, मूल्य १ रु० ८ आने प्रति गज के हिमाव से।

माल भेजने में निम्न व्यय हुए—सवेप्टन व्यय २ रु० १० आना प्रति गांठ, वाहन व्यय ६० रु०, नौस्वाय शुल्क ४२ रु० ४ आना, नौभाटक २५ रु० प्रति टन (४० घ फु का), घघिनौभाटक १०%, प्रत्येक गांठ का माप ४८" × ४२" × ३०" है। सामुद्रिक भागोप १६४ रु० बर्तन ५%।

ऊपर दी गई जानकारी से एक विदेशी बीजक तैयार कीजिये।

२ १ जून १९५८ को मेसर्स डी सफ़सेना कस्तकस्त धालो ने न्यूयार्क के मेसर्स जान रिचार्डस को नीचे लिखा माल "जलउपा" जहाज द्वारा भेजा—

२५ पेटीयां जिन पर J
R Co 1/25 निशान है।
New York

और प्रत्येक पेटी में १०० पी० चाय त्रिसकी कीमत २ रु० ५० नये पैसे प्रति पी० है।

माल भेजने पर निम्न व्यय हुआ —

सवेष्टन व्यय ६१ रु०, बाहन व्यय १७ रु० ५० पैसे, संयान भाटक ३२ रु० ५० नये पैसे, नौहन पत्र ५ रु० नौभाटक १६ रु० प्रति टन (१० घ फु का), घघि-नौभाटक १०% ।

प्रत्येक पेटी का माप ६०" × ३०" × २४ इंच है । सामुद्रिक प्राणोप १२१ रु० वतन ५% ।

उपरोक्त मानवारी के F O B बीजक तैयार कीजिये ।

3 The International Textile Supplies Syndicate, Ltd Bombay shipped to Messrs Black and White Co, Ltd, Aden, the following goods per S S "Jalakanta" on 22 February 1960 —

20 bales of cloth, each containing 50 pieces of cloth, each piece of 12 yards @ Rs 1 75 per yard The size of each bale was 48" × 42" × 30" and each bale was marked

as

B	W
Co	

Aden 1/20

The exporter incurred the following expenses

Packing charges Rs 3 50 per bale, Cartage Rs 42/-, Export duty 2½% on the value of cloth, Dock charges Rs 20 50, Bill of Lading Rs 1 50, Freight Rs 20/- per ton (40 G F), Primage 10%, Marine Insurance Rs 150/-, Commission 6½%

Prepare a loco invoice

4 Messrs Herbertson & Co, Liverpool had despatched the following goods on 15th Dec 1938, by S S 'Jal Bharat' to Messrs Farbes, Campbell Co, Bombay as per their order

50 Boxes



Trade Mark

Bombay 2/50

Each box contains 500 glasses priced at 6 d each.

For exporting the goods, expenditure incurred is as follows

Packing charges per box 5 d

Carriage to port per box 1 s 6 d

Export duty £ 31 s 5.

Dock charges 12 s 6 d.

Bill of lading 17 s 6 d

Freight charges, 255 per ton of 40 cubic feet

Primage, 10%,

Measurement of each box is 48" × 48" × 42"

Marine Insurance on £ 900 at the rate of 5 s per cent,

Commission 6½%

Prepare C. F. Invoice from the particulars stated above.

विनिमय साध्य लेखपत्र बिल

(Negotiable Instruments—Bill of Exchange)

विनिमय साध्य पत्र का अर्थ

विनिमय साध्य पत्र ऐसे लिखित पत्रों को कहते हैं जिनका स्वामित्व एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को केवल सुपुर्दगी देने या बेचाम लिखकर सुपुर्दगी देने से हस्तांतरित हो जाता है। विनिमय साध्य पत्रों की अन्य पत्रों की तुलना में, जो कि विनिमय साध्य नहीं हैं, निम्नलिखित विशेषताएँ हैं —

(१) विनिमय साध्य पत्रों का अधिकार तो केवल हस्तान्तर द्वारा या बेचाम लेख और हस्तातर द्वारा एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को चला जाता है। परन्तु अविनिमय साध्य पत्रों का अधिकार हमारे व्यक्ति को तब ही मिलेगा जब कि आवश्यक ढंग से कानूनी शर्तों के अनुसार हम उन्हें हमारे को देंगे।

(२) विनिमय साध्य पत्र के स्वामी के लिए यह आवश्यक नहीं है कि पत्र जब हस्तातर द्वारा उसके अधिकार में आवे वह देनदारों को इसकी सूचना दे दे। यदि देनदार तय नहीं चुकाये तो वह उन पर अपने नाम से मुकद्दमा चला सकता है परन्तु अविनिमय साध्य पत्रों के बारे में ऐसा नहीं है। अविनिमय साध्य पत्र के पाने वाले को इसकी सूचना देनदार को देनी पड़ेगी नहीं तो वह अपने नाम से देनदार पर मुकद्दमा न चला सकेगा।

(३) विनिमय साध्य पत्रों के बारे में कानून यह मानकर चलता है कि विनिमय साध्य पत्र के स्वामी ने उसे उचित बदला देकर प्राप्त किया था। यदि कोई व्यक्ति इस विषय में शका करता है तो हमका प्रतिकूल सिद्ध करने का भार उस पर ही होगा। विनिमय साध्य पत्र के स्वामी पर नहीं, किन्तु अविनिमय साध्य पत्रों के बारे में यह मानकर नहीं चला जाता। इनके लिए तो पत्र के स्वामी को ही यह सिद्ध करना पड़ेगा कि उसने पत्र उचित बदला देकर प्राप्त किया था।

(४) विनिमय साध्य पत्रों को हस्तातरित करने वाले के अधिकार में यदि कोई दोष हो तो उसका पत्र के नियमानुक्त अधिकारी के अधिकार पर प्रभाव नहीं पड़ता। किन्तु अविनिमय साध्य पत्रों के बारे में ऐसा नहीं है। यदि हस्तातर करने वाले के अधिकार में दोष है तो यथाविधिधारी का अधिकार भी दूषित हो जाता है। जैसे यदि देने वाला चोर है तो विनिमय साध्य पत्र का यथाविधिधारी चोर नहीं माना जावेगा परन्तु अविनिमय साध्य पत्र के नियमानुक्त अधिकारी पर लाक्षण अवश्य आवेगा।

विनिमय साध्य पत्र का धारी

विनिमय साध्य पत्र का धारी (Holder) या रखने वाला वह व्यक्ति है जिसे पत्र को धारके नाम में अपने पास रखने का अधिकार है और जो अपने नाम में ही उसका रूपया वसूल कर सकता है। इस प्रकार धारी होने के लिये दो गुण होने आवश्यक हैं — (१) पत्र को अपने नाम में रखने का अधिकार, चाहे वास्तव में वह अधिकार में हो या न हो। जैसे, पत्र चाहे एजेंट के पास हो परन्तु उसे अपने नाम में रखने का अधिकार प्रधान को होना है अतः इस दृष्टि में एजेंट धारी नहीं है प्रधान धारी है। (२) वह अपने नाम से धन वसूल करने का अधिकारी हो, जैसे—एक चोर अपने नाम से धन वसूल करने का अधिकारी नहीं है अतः उसे धारी नहीं कहेंगे।

यथाविधिधारी

यथाविधिधारी (Holder in due course) उस व्यक्ति को कहेंगे जो विनिमय साध्य पत्र को —

- (अ) ठीक रूप में (अर्थात् पत्र में सारी लिखावटें पूर्ण हैं),
- (आ) भुगतान के लिये निश्चित दिन के पूर्व,
- (इ) अच्छी नीयत के साथ (अर्थात् उसे इस बात का यकीन रहा हो कि देने वाला ही पत्र का वास्तविक अधिकारी है) और
- (ई) किसी मूल्य के बदले, प्राप्त करे।

मूल्यार्थधारी (Holder for Value) मूल्यार्थधारी वह व्यक्ति है जो किसी विनिमय साध्य पत्र का स्वामी तो है पर जिसने स्वयं उसका मूल्य नहीं दिया है। हाँ, किसी दूसरे ने उस पर मूल्य चुका दिया है। उदाहरण के लिये, राम ने उधार लेवे गये माल की रकम के लिये श्याम पर एक बिल लिखा, जिसे वह मोहन को दान कर देता है। मोहन बिल का मूल्यार्थधारी है जबकि राम उसका यथाविधिधारी।

मूल्यार्थधारी एवं नियमानुकूलधारी में अन्तर

मूल्यार्थधारी	नियमानुकूलधारी
(१) इसने पत्र का मूल्य स्वयं नहीं दिया।	(१) यह पत्र को मूल्य देकर पाता है।
(२) इसे अपने हस्तांतरक की अपेक्षा श्रेष्ठ अधिकार प्राप्त नहीं होता।	(२) यह अपने हस्तांतरक की अपेक्षा श्रेष्ठ अधिकार प्राप्त करता है।
(३) यह अपने हस्तांतरक (दानदाता) के विरुद्ध दावा नहीं कर सकता।	(३) यह अपने हस्तांतरक के विरुद्ध दावा कर सकता है।

महं याद रखने की बात है कि यदि दानदाना का अधिकार दूषित न हो तो मूल्यार्थकारी अपने अन्य बेचानकर्त्ताओं के लिये यथाविधिधारी ही समझा जाता है ।

विनिमय साध्य पत्रों के भेद—विनिमय साध्य पत्रों को हम दो वर्गों में बाँट सकते हैं—एक तो वे जिन्हें कानून ने विनिमय साध्य पत्र मान लिया है, जैसे चेक, बिज बाव एक्सचेन्ज एवं प्रामिसरी नोट । हुएडी को भी इस वर्ग में शामिल किया जा सकता है, क्योंकि हुएडी व्यावहारिक दृष्टि से बिल ऑफ एक्सचेन्ज ही है । हाँ, जोखिम हुएडी इस वर्ग में नहीं आती । दूसरे, वे विनिमय साध्य पत्र हैं जिन्हें व्यापारियों के बीच प्रचलित चलन के अनुसार प्रदालत से कानूनी स्वीकृति मिल गई है, जैसे स्टॉक, डेयर और डिबेन्चर ।

उपरोक्त के अतिरिक्त ऐसे भी पत्र होते हैं जो केवल बाहरी रूप में विनिमय साध्य पत्र हैं, जैसे जहाजी रिस्की, डॉक बाग्वट, रेस्वे रमीद आदि । इनका अधिकार बेचान द्वारा एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को दिया जा सकता है । परन्तु ये विनिमय साध्य पत्रों के द्वारा एक अरन्त महत्वपूर्ण सञ्चय में बंभित हैं । यदि इनके हस्तान्तर करने वाले का अधिकार दोषपूर्ण हो, तो इनके नियमानुकूल अधिकारी या अधिकार दूषित हो जाता है ।

विनिमय साध्य पत्र में परिवर्तन करना—यदि किसी विनिमय साध्य पत्र में पूर्व पक्षकारों की सहमति के बिना वर्तमान धारी कोई महत्वपूर्ण परिवर्तन कर दे तो वे सब उसके प्रति अपने दायित्व से मुक्त हो जाते हैं । हाँ, यदि परिवर्तन सबके सामान्य वद्देय को पूरा करने के लिए किया गया था तो बात दूसरी है । निम्नलिखित परिवर्तन महत्वपूर्ण माने जाते हैं—

- (१) भवधि घटाने या बढ़ाने के इरादे से तारीख बदलना ;
- (२) देय धन बदलना ,
- (३) उस भवधि को बदलना जिसके लिए पत्र लिखा गया है ;
- (४) किसी नए पक्षकार को पत्र में शामिल करना ,
- (५) व्याज की दर बदलना ,
- (६) भुगतान का स्थान बदलना ;

निम्नलिखित परिवर्तन महत्वपूर्ण नहीं माने जाते, अतः उनसे विनिमय साध्य पत्र दूषित नहीं होता —

- (१) किसी अधिकारी पक्षकार द्वारा आदेशानुसार पत्र को बाह्य पत्र में बदलना ,
- (२) गलती को सुधारने के लिए किया गया परिवर्तन ,
- (३) विपत्र में 'माँग पर' शब्द जोड़ना यदि उसमें भुगतान के लिए कोई समय निर्दिष्ट न किया गया हो ;

विनियम साध्य पत्रों का अधिनियम निम्न परिवर्तनों की आज्ञा देता है —

- (१) यदि पहले से कोई रेखांकन नहीं है तो बैंक पर सामान्य रेखांकन करना ,
- (२) कोरे बेचान को विशेष बेचान में बदलना ,
- (३) अपूर्ण विनियम माध्य पत्र की रिक्त बात को भरना ,
- (४) किसी बैंक के रेखांकन में 'अविनियम साध्य' शब्द जोड़ना ।
- (५) समझ कराने के दरादे में किसी बैंकर का दूसरे बैंकर के पक्ष में पुन रेखांकन करना ।

जहाँ किसी बिल, बैंक या प्रामिसरी नोट में महत्वपूर्ण परिवर्तन किया गया है परन्तु वह ऐसा परिवर्तित प्रगट नहीं होता, तो उस दशा में यदि दायी व्यक्ति या बैंकर द्वारा उन पत्रों को अच्छी नीयत और बिना सापरवाही के भुगतान कर दिया जाए, तो वह बैंकर या व्यक्ति उस पर समस्त दायित्वों से मुक्त हो जाता है ।

बिल ऑफ एक्सचेन्ज

(Bill of Exchange)

व्यापार एवं वाणिज्य में केवल बैंक, करेन्सी प्रपवा बैंक नोट और सिक्के ही भुगतान के एकमात्र साधन नहीं हैं अपितु बिल ऑफ एक्सचेन्ज का भी इसमें एक महत्वपूर्ण भाग है । उत्पादक प्रपवा थोक व्यापारी यह चाहता है कि उसे भुगतान तुरन्त ही मिल जाए ताकि वह द्रव्य प्रत्य व्यवहारों के लिए काम दे सके । इसके विपरीत फुटकर व्यापारी के पास सामान्यतः अधिक धन नहीं होता और वह चाहता है कि माल के दाम तब दे जबकि वह बिक जाय । बिल ऑफ एक्सचेन्ज इन दो परस्पर विरोधी इच्छाओं की एक साथ पूर्ति की व्यवस्था करता है । थोक व्यापारी उधार पर बेचे गए माल का मूल्य पाने के लिए निश्चित अवधि का बिल फुटकर व्यापारी पर लिखता है जिसे वह स्वीकार कर लेता है । तत्पश्चात् बिल थोक व्यापारी के पास लौट आता है और वह इसे अपने बैंक से भुना लेता है । हाँ यह आवश्यक है कि पक्षकार ठीस आधिक अवस्था वाले हों । इस बीच फुटकर व्यापारी माल बेच डालता है और देय तिथि पर त्रिन का रपवा चुकाने के लिए धन इकट्ठा कर लेता है । इससे स्पष्ट है कि बैंक की प्रपेक्षा बिल ऑफ एक्सचेन्ज से कई महत्वपूर्ण सुविधाएँ हैं । नीचे इस स्वरूप के बारे में विशेष प्रकाश डाला गया है ।

परिभाषा

भारतीय विनियम माध्य पत्रों के अधिनियम में बिल ऑफ एक्सचेन्ज की परिभाषा इस प्रकार की गई है —

‘बिल ऑफ एक्सचेन्ज बिना शर्त का एक लिखित आज्ञा-पत्र है, जिसमें लिखने वाला किसी विशेष व्यक्ति को आज्ञा देता है वह एक निश्चित धन या तो

स्वयं उसे या उसकी आज्ञानुसार किसी अन्य व्यक्ति को या उस पत्र के वाहक को माँगने पर या एक निश्चित अवधि के बाद दे दे।

उपरोक्त परिभाषा का प्रत्येक शब्द महत्वपूर्ण है, क्योंकि उनसे बिल ऑफ एक्सचेन्ज का एक आवश्यक लक्षण प्रकट होता है। बिल ऑफ एक्सचेन्ज कहलाने के लिए पत्र में निम्नलिखित लक्षणों का होना अति आवश्यक है—

(१) यह आज्ञा-पत्र होता है। इसे प्रायः एक लेनदार देनदार पर लिखता है अतः उसका कहना आदेश या आज्ञा के रूप में होना चाहिए।

(२) यह आज्ञा पत्र लिखित होना चाहिए।

(३) यह आज्ञा-पत्र शर्त रहित होना चाहिए। यदि पत्र में कोई शर्त लगा दी जाए, तो वह बिल नहीं कहा जा सकता।

(४) जो व्यक्ति आज्ञा दे उसके इस पर हस्ताक्षर होना आवश्यक है।

(५) यह आज्ञा एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति को दी जानी चाहिए।

(६) इसमें किसी निश्चित व्यक्ति को धन चुकाने का निर्देश हो।

(७) इसका धन या तो माँग पर अथवा किसी निश्चित या निश्चित हो सकने योग्य समय के बीतने पर चुकता किया जावे।

(८) जिस रकम के चुकाने की बात हो वह द्रव्य की एक निश्चित और स्पष्ट मात्रा होनी चाहिए।

(९) आदेशित व्यक्ति को यह निर्देश दिया गया हो कि वह लेखक को या किसी निश्चित व्यक्ति के आदेशानुसार अथवा वाहक को धन चुकावे।

बिल के पक्षकार

बिल में प्रायः तीन प्रकार होते हैं—(१) लेखक (Drawer), जो बिल खींचता या लिखता है और अपने हस्ताक्षर करता है। यह प्रायः माल का विक्रेता अथवा ऋणदाता होता है, (२) लेखपात्र या देनदार (Drawee), जिस पर बिल खींचा जाता है। यह व्यक्ति धन चुकाता है। जब वह बिल स्वीकार कर लेता है, तो उसे स्वीकारकर्ता कहा जाता है, और (३) प्राप्तकर्ता, जिसे बिल का धन मिलेगा। प्रायः बिल के लिखने वाला और उसका धन पाने वाला एक ही व्यक्ति होता है।

बिलों के भेद

विभिन्न दृष्टियों से बिलों को विभिन्न वर्गों में बाँटा जाता है :—

(१) समय की दृष्टि से बिल दो प्रकार के होते हैं—माँग बिल (Demand Bills) और मियादी बिल (Tenor Bills) माँग बिल उनको कहते हैं जिनका भुगतान स्वीकर्ता को बिल के प्रस्तुत करते ही देना होगा। माँग बिल 'दर्शन बिल' (Sight Bills) भी कहलाते हैं। 'दर्शन' का शब्द तब स्तंभाल किया जाता है जबकि माँग बिल शक द्वारा भेजे जाये। मियादी बिलों का तात्पर्य उन बिलों से है, जिनका

भुगतान बिल में दी हुई एक निश्चित अवधि बीतने पर किया जायगा । बिल की मियाद दिन गणना महीनों में सूचन की जा सकती है । यदि बिल में कोई मियाद न दी हो, तो उसे 'मांग बिल' ही माना जावेगा ।

(२) पाने वाले की दृष्टि से बिल दो प्रकार के हो सकते हैं—वाहक बिल (Bearer Bills) अथवा आदेश बिल (Order Bill) । वाहक बिल उसे कहते हैं जिसका भुगतान किसी भी व्यक्ति को, जो भुगतान के हेतु बिल प्रस्तुत करे, दे दिया जायगा । इसके विपरीत आदेश बिल वह है जिसका भुगतान उस विशेष व्यक्ति को जिसका नाम बिल में दिया गया है अथवा उसमें आदेश प्राप्त व्यक्ति को ही किया जावेगा । रिजर्व बैंक अधिनियम की धारा ३१ के अनुसार वाहक बिल तब ही लिये जा सकते हैं जबकि उनके देनदार या लेख-पत्र का बैंक में कोई खास खाता हो ।

(३) स्थान की दृष्टि से बिल देशी या विदेशी हो सकते हैं । देशी बिल वह बिल है जो भारत में लिखा गया है और या तो जिसका भुगतान भारत में करना होगा या जिसका लेख-पत्र भारत में रहता है । जो बिल इस प्रकार नहीं लिखा जाता या जिसका भुगतान इस प्रकार नहीं करना होता वह विदेशी बिल कहलाता है । यह भेद नीचे दिये गये उदाहरणों से भिन्न प्रकार समझ में आवेगा —

लेखक का देश	लेखपत्र का देश	भुगतान का देश	बिल के प्रकार
१ भारत	भारत	भारत	देशी
२ भारत	भारत	इंग्लैण्ड	देशी
३ भारत	इंग्लैण्ड	भारत	देशी
४ भारत	इंग्लैण्ड	इंग्लैण्ड	विदेशी
५ इंग्लैण्ड	इंग्लैण्ड	इंग्लैण्ड	विदेशी ^१
६ इंग्लैण्ड	भारत	इंग्लैण्ड	विदेशी
७ इंग्लैण्ड	इंग्लैण्ड	भारत	विदेशी
८ इंग्लैण्ड	भारत	भारत	विदेशी

(४) बिल के उद्देश्य की दृष्टि से वह अनुग्रह बिल अथवा व्यापार बिल हो सकते हैं । अनुग्रह बिल (Accommodation Bill) वह है जिसके लिए कोई वास्तविक प्रतिकूल प्राप्त नहीं हुआ है अर्थात् जिसके आधार में वास्तविक माल का कोई क्रय-विक्रय नहीं है । इसके विपरीत व्यापार बिल माल के क्रय-विक्रय से उत्पन्न हुई देन-दारी के आधार पर लिये आते हैं ।

बिल का नमूना

नीचे एक देशी बिल का नमूना दिया जाता है :—

देशी बिल ऑफ़ एक्सचेन्ज का नमूना

रु० ५०० ००

बम्बई,
जनवरी १, १९६१

स्टाम्प

उपर्युक्त तिथि के तीन महीने के पश्चात् मुझे अथवा मेरे आदेशानुसार
पाँच सौ रुपये दीजिये, जिसका मूल्य प्राप्त हो चुका है।

सेवा में,
सतीशचन्द्र मीशल,
अग्रवाल बिल्डिंग,
बेलगंज,
आगरा।

सुरेशचंद्र सक्सेना

(भंग्रे जी रूपान्तर)

Rs 500 00

Bombay,
Jan. 1, 1961

Stamp

Three months after date, pay to me or my order
the sum of Rs. five hundred only, for value received

Suresh Chandra Saxena

To,
Satish Chandra Mital,
Agrawal Buildings,
Belanganj,
Agra

बिल का लिखना

बिल लिखते समय छह बातों का ध्यान रखना चाहिए.—

(१) तिथि—बिल की तिथि सीधे हाथ की ओर ऊपरी कोने में लिखी जाती है। तिथि देना बहुत आवश्यक है क्योंकि बिल का परिपक्वता दिवस मालूम करने के लिये मियाद इस तिथि से ही जोड़ी जाती है। अन्तर्राष्ट्रीय बिलों में (कभी-कभी देशी बिलों में भी) भुगतान का दिन या परिपक्वता दिवस निर्दिष्ट करने के लिये मियाद उस तिथि में जोड़ी जाती है जिसमें लेखपात्र में उसे देखा हो। तिथि बाद में भी डाली जा सकती है परन्तु उस दशा में लेखपात्र को इसकी सूचना दे देनी चाहिये, जिससे वह भुगतान का प्रबन्ध कर ले।

(२) रकम—तिथि के पश्चात् उल्टे हाथ की ओर ऊपरी कोने में तिथि देना के नीचे बिल की रकम अंकों में लिखी जाती है। चेक की भाँति बिल में भी रकम दो बार लिखते हैं। बिल के मुख्य भाग में रकम शब्दों में लिखी जाती है। रकम शब्दों और अंकों में लिख देने से उसके बदल जाने का डर नहीं रहता है।

(३) टिकट—अंकों में लिखी गई रकम के नीचे आवश्यक स्टाम्प लगाना पड़ता है। यदि बिल आफ एक्सेचेंज दर्शनी या माँग बिल हो तो किसी स्टाम्प की आवश्यकता नहीं है। हाँ, यदि वह मियादी बिल है, तो अवश्य स्टाम्प लगाना होगा। स्टाम्प लगाने के पश्चात् ही बिल एक कानूनी पत्र समझा जाता है। स्टाम्प का मूल्य बिल की रकम के अनुसार (Advalorem) निर्धारित होता है। सरकार ने एक तालिका प्रकाशित की है, जिसमें स्टाम्प की दरें दी हुई हैं। विदेशी बिल पर स्टाम्प उस विदेश के नियमानुसार असल लगाना पड़ता है।

(४) बिल की मियाद से अभिप्राय उस समय से है जिसके पश्चात् लेखपात्र बिल का धन चुकावेगा। यह बिल की तिथि में प्रपवा लेखपात्र के समक्ष बिल प्रस्तुत होने की तिथि में जोड़ दी जाती है। भुगतान की तिथि मालूम करने के लिये तीन अनुग्रह दिवस (Days of Grace) भी जोड़े जाते हैं। इस प्रकार जो तिथि मिले उसे परिपक्वता दिवस (Date of Maturity) कहते हैं। यदि परिपक्वता दिवस छुट्टी के दिन पड़ता है तो भारत में उसका भुगतान एक दिन पहिले हो जाता है। बिल की मियाद मुख्य लेख के आरम्भ में लिख दी जाती है, यथा 'Ninety days after date' (90d/d या 'नब्बे दिन तिथि के पश्चात्' (६० दि/ति)।

बिल आफ एक्सेचेंज के सम्बन्ध में 'घड़ीना' शब्द से अभिप्राय क्लैं-डर माह से है, इस प्रकार यदि तीन बिल २६, ३० और ३१ जनवरी से १ माह के लिये रखे जायें तो ये सब एक ही दिन अर्थात् ३ मार्च देय होंगे।

(५) परशों के नाम—मियाद के पश्चात् बिल के मुख्य भाग में प्राप्तकर्ता का नाम लिखा जाता है। लेखक स्वयं प्राप्तकर्ता हो सकता है। ऐसी दशा में बिल के

मुख्य भाग में यह बात स्पष्ट कर दी जावेगी। मुख्य भाग समाप्त होने के बाद सीधे हाथ के कोने में नीचे की ओर लेखक अपने हस्ताक्षर करता है। लेख-पात्र का नाम व पता उल्टे हाथ की ओर नीचे कोने में लिखा जाता है।

(६) 'जिसका मूल्य प्राप्त हो गया है' (For Value received) शब्द भी बिल के मुख्य भाग में लिखे जाते हैं। इन शब्दों का अर्थ यह प्रमाणित करना है कि लेख-पात्र को इस बिल का रूपया भुगतान करने के बदले में उचित धन, माल अथवा सेवा पहले ही प्राप्त हो चुकी है। ये शब्द लिखना कानूनी रूप से अनिवार्य नहीं है फिर भी प्रचलित प्रथा के अनुसार इनका लिखना आवश्यक समझा जाता है। यदि लेखपात्र बिल स्वीकार कर ले परन्तु परिपक्वता दिवस पर भुगतान नहीं करे और मुकद्मा लड़े तो वह इस बात से इनकार न कर सकेगा कि जो धन उससे माँगा जा रहा है उसका बदला उसे कुछ नहीं मिला।

✕ बिल का स्वीकरण (Acceptance of a Bill)

बिल लिखे जाने पर ही तत्काल लेख-पात्र (Drawee) पर बाधित नहीं होता जब तक कि लेख-पात्र बिल में भी लिखित देनदारी को स्वीकार न कर ले। अतः लेखक स्वीकृति के लिये बिल लिख कर लेखपात्र को भेजता है। लेखपात्र बिल के सम्मुख भाग पर 'स्वीकार' लिख कर अपने हस्ताक्षर कर देता है। इसे 'बिल का स्वीकरण' (Acceptance of a Bill) कहते हैं। इसका अर्थ यह है कि लेख-पात्र बिल की देनदारी को स्वीकार करता है और वह निश्चित दिन पर उसके निर्देशानुसार भुगतान कर देगा। स्वीकार होने के पहले बिल को 'प्राकृप' (Draft) और स्वीकार होने के पश्चात् उसे 'स्वीकृति' (Acceptance) कहते हैं। माँग बिलों के लिये स्वीकृति आवश्यक नहीं होती। लेखक के हस्ताक्षर होने से पहले भी लेख-पात्र बिल को स्वीकार कर सकता है। बिल स्वीकार करते समय 'स्वीकार' शब्द लिखना आवश्यक नहीं है, केवल हस्ताक्षर लिखना ही पर्याप्त होगा। यदि किसी फर्म, सस्था या कम्पनी की ओर से कोई प्रतिनिधि बिल पर हस्ताक्षर करता है तो उसे फर्म, सस्था या कम्पनी का नाम लिखकर और 'के लिये' या 'की ओर से' (For या Per Pro) लगाकर अपने नाम के हस्ताक्षर करने चाहिये नहीं तो इसे उसकी व्यक्तिगत स्वीकृति समझा जायगा और वह बिल पर व्यक्तिगत रूप से दायी होगा। जब बिल स्वीकार हो जाता है तो उसे 'स्वीकर्ता' (Acceptor) भी कहते हैं। लेख-पात्र बिल को २४ घण्टे अपने पास रोक सकता है। इसके पश्चात् उसे बिल स्वीकार करके या अस्वीकृत ही लौटा देना आवश्यक है।

स्वीकृति के भेद

स्वीकृति दो प्रकार की होती है—साधारण स्वीकृति (General Acceptance) और असाधारण या मर्यादित स्वीकृति (Qualified Acceptance)

जब लेख-पात्र लेखक की लिखी हुई मर बातों को स्वीकार कर अपने हस्ताक्षर कर देता है तब इसे साधारण स्वीकृति कहते हैं। हस्ताक्षरों के साथ 'स्वीकार किया' शब्द प्रोत्र तिथि भी लिखी जा सकती है। प्रायः स्वीकार करते समय बिल का भुगतान करने वाले बैंक का नाम भी लिख दिया जाता है। बिल का भुगतान करने के स्थान को घर्रेजी में Domicile कहते हैं। यदि भुगतान करने का कोई स्थान निर्दिष्ट न किया जाय तो बिल का भुगतान स्वीकर्ता के साधारण व्यापार स्थल पर होगा।

गिरांज किशोर भप्रवाल
१२—१—१९६१

स्वीकार किया,
भुगतान पंजाब नेशनल बैंक धागरा द्वारा,
गिरांज किशोर भप्रवाल।
१२—१—१९६१

जब लेख-पात्र लेखक की लिखी हुई कुछ बातों को स्वीकार करता है अथवा अपनी ओर से कोई नई बात जोड़कर बिल पर स्वीकृति देता है तो इसे 'विशेष', 'मर्यादित', अथवा 'प्रसाधारण' स्वीकृति कहते हैं। यदि लेख-पात्र बिल पर प्रसाधारण स्वीकृति दे तो लेखक उसे ग्रहण करना मना कर सकता है, क्योंकि बिल की प्रसाधारण स्वीकृति कोई स्वीकृति नहीं है बरन् लेख-पात्र की ओर से एक नया प्रस्ताव है। प्रसाधारण स्वीकृति के निम्न भेद हैं —

(१) स्थानीय स्वीकृति (Local Acceptance)—यदि स्वीकर्ता ने अपनी स्वीकृति उस समय बिल के भुगतान करने का स्थान इस प्रकार निर्दिष्ट कर दिया हो कि किसी दूसरे स्थान पर भुगतान नहीं मिल सकेगा, तो उसे स्थानीय स्वीकृति कहा जायगा, जैसे—

स्वीकार, भुगतान केवल
हमारे धागरा ब्रांच पर
गिरांज किशोर भप्रवाल
१२—१—१९६१

स्वीकार
भुगतान केवल पंजाब नेशनल बैंक धागरा
पर होगा
गिरांज किशोर भप्रवाल
१२—१—१९६१

(२) सप्रतिबन्ध स्वीकृति (Conditional Acceptance)—यदि स्वीकर्ता किसी शर्त के पूरा होने पर या किसी घटना के होने पर बिल का भुगतान करना स्वीकार करे तो वह सप्रतिबन्ध स्वीकृति कहलायेगी। उदाहरण के लिये, यदि स्वीकर्ता यह लिखे कि 'मेरे ऋण बमूल हो जाने पर भुगतान करने के लिये स्वीकृत' (Accepted Payable on Realisation of my Debts), तो यह सप्रतिबन्ध स्वीकृति है।

(३) आंशिक स्वीकृति (Partial Acceptance)—जब स्वीकर्ता स्वीकार करते समय बिल की सम्पूर्ण धन राशि का कुछ अंश ही भुगतान करना स्वीकार करे, तो उसे आंशिक स्वीकृति कहेंगे। उदाहरण के लिये, यदि बिल सात

सौ रुपये का हो और वह लिख दे "केवल छ सौ रुपये के लिये" "स्वीकृत (Acceptance Payable for Rupees six hundred only) तो यह आंशिक स्वीकृति है।

(४) समय मर्यादित स्वीकृति (Qualified as to time Acceptance)—यदि स्वीकर्ता बिल को स्वीकार करते समय भुगतान की निर्दिष्ट अवधि से अधिक समय की कोई शर्त लगादे, तो उसे 'समय मर्यादित स्वीकृति' कहेंगे। उदाहरण के लिये, यदि बिल की अवधि दो माह है परन्तु स्वीकर्ता यह लिखता है "तिथि के चार महीने पश्चात्" (Accepted Payable four months after date) तो यह समय मर्यादित स्वीकृति है।

(५) केवल कुछ लेखपात्रों द्वारा स्वीकृति (Acceptance by some of the Drawees only)—यदि किसी बिल की स्वीकृति कई व्यक्तियों द्वारा होनी आवश्यक होनी है किन्तु उनमें से सभी अपने हस्ताक्षर स्वीकृति में नहीं करते, तो ऐसी स्वीकृति 'कुछ लेखपात्रों की स्वीकृति' कहलाती है।

यह आवश्यक नहीं है कि स्वीकरण के पश्चात् ही बिल व्यवहार में लाया जाये। बिना स्वीकार किया हुआ बिल भी एक दूसरे को और दूसरे से तीसरे को और आगे भी इसी तरह विनिमय या बेचान किया जा सकता है। बाद में किसी समय भी बिल रखने वाला बिल को लेखपात्र के समक्ष स्वीकृति के लिये प्रस्तुत कर सकता है।

बिलों पर बेचान

बाहक बिलों के प्रतिरिक्त सभी बिलों पर उनको चलाने के लिये प्राप्तकर्ता द्वारा बेचान होना आवश्यक है। बेचान लिखने के नियम और बेचान के भेद वैसे ही हैं जैसे कि हम आपको चैको के सम्बन्ध में बता चुके हैं। बाहक बिल पर भी हस्ताक्षर से बेचान लिखा देना लाभप्रद है, क्योंकि ऐसा करने से यह भी बिल पर दायी बन जाता है।

बिल का विनिमय करना या चलाना—किसी बिल आफ एक्सेचेंज का धारी बिल के सम्बन्ध में निम्नलिखित कोई भी कार्य कर सकता है —

(१) वह बिल को परिपक्वता तक अपने पास रखे रहे और स्वीकर्ता से भुगतान प्राप्त करे।

(२) वह उसे किसी ऋण के निपटारे में अपने लेनदार को ट्रान्सफर कर सकता है।

(३) वह उसे किसी बैंकर से भुना सकता है यदि उसे धन की परिपक्वता से पूर्व ही, आवश्यकता पड़ जाय।

प्रतिम दो दशाग्रो में ही, बिल का विनिमय माना जाता है। विनिमय का आशय है चलन में रख देना। यदि वह आदेशनुसार बिल है तब उसे चलाने के लिये

बेचान करना आवश्यक होगा। बिल तब तक विनिमय साध्य रहेगा जब तक उस पर प्रतिबन्धित बेचान न किया जाय या भुगतान अथवा किसी अन्य ढंग से बिल की समाप्ति न हो जाय।

बिल का बैंक से भुनाना—बिल डॉक एक्सचेन्ज का एक अत्यन्त महत्वपूर्ण लाभ यह है कि उसका धारी बिना परिपक्वता तक रके हुए बिल को बेच कर पहले भी रुपया प्राप्त कर सकता है। अधिकांशतः ऐसा ही किया भी जाता है। बिल खरीदने का कार्य बैंक एवं बिल के दलाल करते हैं। ये बिल का धन, खरीदने की तिथि से परिपक्वता दिवस तक की अवधि के लिये व्याज स्वरूप कुछ रकम काट कर, धारी को नगद दे देते हैं या उसके खाते में जमा कर देते हैं। काटो गई यह रकम बट्टा (Discount) कहलाती है। इस को इस प्रकार बेचकर धन प्राप्त करना, 'बट्टे पर बिल भुनाना' (Discounting a Bill) कहलाता है।

भुगतान के लिये प्रस्तुत करना—बिल की परिपक्वता पर धारी अथवा उसके प्रतिनिधि को चाहिए कि भुगतान के लिये बिल को स्वीकर्ता अथवा उसके बैंकर के समक्ष प्रस्तुत करें। प्रस्तुति व्यापार के साधारण कार्य-काल में होनी चाहिए। यदि धारी प्रस्तुति करने में कोई त्रुटि करता है तो बिल के सभी पक्षकार (केवल स्वीकर्ता के अलावा) अपने दायित्व से मुक्त हो जाते हैं। यह आवश्यक है कि बिल को भुगतान पाने के लिए उस स्थान पर प्रस्तुत किया जाय जिसका बिल अथवा स्वीकृति में निर्देश है। यदि कोई स्थान निर्दिष्ट नहीं है तो स्वीकर्ता के घर पर अथवा कारोबार के स्थान पर बिल प्रस्तुत किया जा सकता है। यदि उसका कोई स्थायी घर अथवा कारोबार का स्थान नहीं है तो वह जहाँ कहीं भी स्वीकर्ता मिले वहाँ प्रस्तुत किया जा सकता है। रजिस्टर्ड डाक से बिल को प्रस्तुत करना भी वैध है।

बिल रिटायर करना—जब लेखपत्र अथवा स्वीकर्ता के पास बिल के भुगतान के लिए परिपक्वता में पहिले ही धन का प्रबन्ध हो जाय तो वह परिपक्वता के पहले भी धन देकर बिल वापिस ले सकता है। यदि वह ऐसा करे, तो प्रायः कुछ व्याज उसे छाँड़ दिया जाता है जो अनवीती अवधि के अनुसार होता है। इस प्रकार बिल वापिस लेने को 'बिल रिटायर करना' (Returning a Bill) कहते हैं।

विदेशी बिल

विदेशी बिल किसे कहते हैं यह हम आपको ऊपर भली प्रकार बता चुके हैं। प्रायः तीन प्रतियों (in set of three) में लिखा जाता है। प्रत्येक प्रति दूसरी प्रति की सह-प्रति (via) कहलाती है। यदि विदेशी बिल की केवल एक ही प्रति लिखी जावे तो ऐसे बिल को एकाकी (sole) बिल कहेंगे। विदेशी बिल की तीन प्रतियाँ लेने का कारण यह है कि जब विदेश को डाक से बिल भेजा जाता है तो उसके खोने पर स्वीकरण या भुगतान में देरी होगी। इस देरी को बचाने के लिए बिल की तीन प्रतियाँ की जाती हैं और उनको अलग-अलग डाक से भेजा जाना है। कोई न कोई

प्रति तो पहुँच ही जावेगी। लेख-पात्र को चाहिए कि जो भी प्रति पहले आ जाय उसको ही स्वीकार करले या भुगतान करदे। अन्य प्रतियाँ इस प्रकार स्वतः रद्द हो जावेगी। देशी और विदेशी बिल में अन्तर इस तालिका से मली प्रकार प्रकट हो जाता है :—

देशी बिल	विदेशी बिल
(१) इसकी एक प्रति हो लीखी जाती है।	(१) इसे साधारणतः तीन प्रतियों में तैयार किया जाता है।
(२) यह हुएडी के कागज पर लिखा जाता है।	(२) इसे किसी भी उपयुक्त कागज पर लिखा जा सकता है।
(३) इस पर केवल एक बार स्टाम्प लगाना पड़ता है।	(३) इस पर दो बार स्टाम्प लगाना पड़ता है—एक बार तो लेखक के देश में और दूसरी बार लेख-पात्र के देश में।
(४) अप्रतिष्ठित होने पर इसका नोटिंग आवश्यक नहीं है।	(४) अप्रतिष्ठित होने पर इसकी नोट करना आवश्यक है।
(५) यह देश में प्रचलित किसी भी भाषा में लिखा जाना है।	(५) यह प्रायः अङ्ग्रेजी में लिखा जाता है।

विदेशी बिल का नमूना

पीएच २००-०००

बेलगाज,
जनवरी २४, १९६१

स्टाम्प

इस प्रथम बिल के दर्शन के साठ दिन पश्चात् (यदि इस तिथि तथा विवरण के द्वितीय एवं तृतीय विषय का भुगतान न किया गया हो) नेशनल बैंक आफ इण्डिया को केवल दो सौ पीएच दीजिए जिसका मूल्य दे दिया गया है।

सेवा में,
ईस्टर्न ट्रेडिंग कारपोरेशन,
लन्दन।

आयरन एण्ड स्टील वर्क्स के लिये,
सतीशचन्द्र मोतल,
मैनेजर।

Belanganj,

Agra

January 24, 1961

£ 200-0-0

Stamp

Sixty days after sight of this first of Exchange (second and third of the same tenor and date unpaid) pay to the National Bank of India Ltd, or order the sum of two hundred pounds only, value received.

For Iron and Steel Works,

To,
Eastern Trading Corpn.,
London

Saush Chandra Mital
Manager

विदेशी बिल के प्रकार

विदेशी बिल दो प्रकार के होते हैं —

साफ (Clear) और कागज पत्र वाले (Documentary)। साफ बिल के साथ कोई और कागज-पत्र नहीं होता। कागज-पत्र वाला बिल वह है जिसके साथ जहाजी कागज-पत्र, जैसे जहाजी बिल्टी, बीमा पत्र, बीजक और बहुधा बन्धक पत्र लगा हो। विदेशी बिल प्रायः विदेशी स्थित लेख-पत्र की स्वीकृति मिलने से पहले बैंक से मुना लिये जाते हैं। अपनी रक्षा के लिये बैंक उपरोक्त कागज-पत्र ले लेता है। जहाजी बिल्टी गन्तव्य बन्दरगाह पर जहाज के पहुँचने पर माल छुड़ाने के लिये होता है, बीजक माल की पहचान करने और चुगी चुकाने में सहायक होता है, बीमा-पत्र माल के मार्ग में नष्ट होने की दशा में बैंक को हानिपूर्ति के लिये है तथा बन्धक-पत्र इस आशय में लिखा जाता है कि बिल का भुगतान न होने पर बैंक बन्धक रहे गये माल की बेचकर अपना हानि चुका ले। यदि मान मँगवाने वाला बिल का भुगतान कर दे या स्वीकृति दे दे तो ये सब कागज-पत्र उसे सौंप दिये जायेंगे।

इन बिलों पर बैंक बीजक मूल्य का लगभग ८०-९० प्रतिशत रकमा देता है। बिल मुनाने के पदवान् वह पहली प्रति भूत कागज-पत्रों के साथ अपनी गन्तव्य स्थान की शाखा या प्रतिनिधि को भी भेज देता है दूसरी प्रति अपनी डाक से भेज दी जाती है और तीसरी बैंक अपने पास रख लेता है। मान के गन्तव्य स्थान पर पहुँचने पर बैंक का प्रतिनिधि माल छुड़ाकर गोदाम में रखवा लेता है और कागज पत्र वाला बिल स्वीकृति या भुगतान के लिये लेख-पत्र के ममक्ष प्रस्तुत करता है।

स्वीकृति या भुगतान मिलने पर कागज-पत्र सौंप दिये जायेंगे। यदि लेखपात्र ठीस प्रादिक प्रवस्था का है तो बिल में इस आशय का निर्देश होता है कि कागज-पत्र स्वीकृति मिलने पर सौंप दिये जायें अन्यथा उसमें भुगतान पर ही कागज-पत्र सौंपने का निर्देश होता है। कागज-पत्र वाले एक बिल का नमूना नीचे दिया गया है —

कागज-पत्र वाले बिल का नमूना

लन्दन, जनवरी १८, १९६१।	
क्रम संख्या ५००	
विनिमय ४०० पाँड के लिये।	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> स्टाम्प ४/- </div>	<p>इस प्रथम बिल को देखने के नब्बे दिन पश्चात् (उसी मियाद और तिथि के द्वितीय एवं तृतीय बिल यदि भ्रदत्त हो) सेंट्रल बैंक आफ इण्डिया लिमिटेड को या आदेशानुसार केवल ४०० पाँड दीजिये जिसके प्रतिफल में सात की चार पेटियाँ 'गालिब, भारत' नाम के जलयान द्वारा भेजी गई हैं। साथ के कागज-पत्र भुगतान पर सुपुर्द किये जावेंगे।</p> <p style="text-align: right;">चार्ल्स एण्ड कम्पनी</p> <p>मेवा मे, सर्व श्री रामनाथ श्यामनाथ, आगरा।</p>

(प्रज्ञादेवी कृपाकर)

London Jan. 18, 1961	
No 500	
Exchange for £ 400	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> Stamp 4/- </div>	<p>Ninety days after sight of this First of Exchange (second and third of the same tenor and date unpaid) day to the Central Bank of India Ltd, or order the sum of four hundred pounds, value received against four cases of goods per the 'Galib' of India' The attached shipping documents to be surrendered on payment</p> <p style="text-align: right;">Charles & Co</p> <p>To, Messrs Ram Nath Shyam Nath, Agra</p>

यूसेन्स (Usance)—वह अवधि है जिसके लिये विदेशी बिल लिखे जाते हैं। यह अवधि सम्बन्धित देशों के मध्य दूरी और यातायात एवं सदेशवाहन की सुविधा पर निर्भर होती है। अधिकांश योरोपीय देशों के लिये यह अवधि ३ माह है।

आवश्यकता के समय लेख-पात्र (Drawee in Case of Need)

विदेशी बिलों में 'आवश्यकता के समय लेख-पात्र' का नाम प्रायः जोड़ दिया जाता है। 'आवश्यकता के समय लेख-पात्र' वह व्यक्ति है जो बिल के लेखपात्र द्वारा बिल की स्वीकृति न मिलने पर अप्रवा स्वीकृति मिल गई है तो भुगतान न होने पर यथाविधिधारी को स्वयं स्वीकृति या भुगतान प्रदान करेगा। जब कभी लेखक बेवान-कर्त्ता को यह दवा हो कि प्रस्तुत करने पर शायद लेख-पात्र बिल की स्वीकृति अप्रवा भुगतान न दे तो वह आवश्यकता के समय काम आने वाले व्यक्ति का नाम बिल में जोड़ सकता है। इससे सम्बन्धित पक्षकार की, जिमने यह नाम जोड़ा है, प्रतिष्ठा बचेगी, भुगतान में देरी नहीं होगी और अप्रतिष्ठित होने की दशा में जो खर्च किये जाते हैं वह भी वहन जायेंगे। आवश्यकता के समय लेख-पात्र का नाम इस प्रकार नीचे बिल में लिखा जाता है—'आवश्यकता पटने पर सर्व धी अप्रवाल ब्रादर्स से मिलिये।' (In case of need apply to Messrs, Agarwal Brothers)

प्रतिष्ठार्थ स्वीकृति एवं भुगतान (Acceptance and Payment for Honour)

यदि बिल का मूल लेख-पात्र जिस पर स्वीकृति नहीं देता तो बिल की नोटिंग और प्रोटेस्ट के पश्चात् कोई भी व्यक्ति उस बिल पर स्वीकृति दे सकता है और उसे इस आशय की घोषणा करनी पड़ती है कि वह किसी—लेखक की या बेवानकर्त्ता की—प्रतिष्ठा के लिए ऐसा कर रहा है। इस व्यक्ति को 'प्रतिष्ठार्थ स्वीकर्त्ता' (Acceptor for honour) और स्वीकृति को 'प्रतिष्ठार्थ स्वीकृति' (Acceptance for honour) कहते हैं। प्रतिष्ठा के लिये स्वीकार करने वाला व्यक्ति बिल या भुगतान तभी करेगा जब कि लेख-पात्र बिल की परिपक्वता पर भुगतान करना अस्वीकार कर दे। जिस व्यक्ति की प्रतिष्ठा के लिये बिल को स्वीकार किया गया है वह इस प्रकार स्वीकार करने वाले व्यक्ति के प्रति दायी होता है।

इसी प्रकार जब बिल भुगतान न होने से अप्रतिष्ठित हो गया है और उसकी नोटिंग व प्रोटेस्ट हो चुकी है तो कोई भी व्यक्ति किसी भी पक्षकार की प्रतिष्ठा रखने के लिए उसका भुगतान कर सकता है। उसे भुगतान करते समय नोटेरी अपसर के सामने यह घोषणा करनी पड़ेगी कि वह किस पक्षकार की प्रतिष्ठा रखने के लिये भुगतान कर रहा है। इसे प्रतिष्ठार्थ भुगतान कहते हैं। प्रतिष्ठार्थ भुगतान करने वाला व्यक्ति उस व्यक्ति से, जिमकी प्रतिष्ठा रखने के लिए उसने भुगतान किया है, अपने स्वयं सहित बिल की रकम पाने का अधिकारी है।

बिल की अप्रतिष्ठा (Dishonour of a Bill)

बिल की अप्रतिष्ठा का अर्थ

किसी बिल को अप्रतिष्ठित (Dishonoured) निम्नलिखित दशाओं में कहा जाता है — (१) जब कि बिल की स्वीकृति के लिये प्रस्तुत करने पर लेखपात्र ने स्वीकार न किया हो । (२) जबकि बिल पर प्रसाधारण स्वीकृति प्रदान की गई हो और ऐसी स्वीकृति धारी ग्रहण नहीं करता और (३) जबकि स्वीकृति किये गये बिल का परिपक्वता दिवस पर स्वीकर्ता भुगतान नहीं करे ।

अप्रतिष्ठा का नोटिस देना

बिल अप्रतिष्ठित होने पर धारी का यह कर्तव्य हो जाना है कि वह अप्रतिष्ठा की सूचना लेखक और पहले समस्त बेचानकर्ताओं को उचित समय के अन्दर दे दे । यदि वह ऐसा नहीं करता तो ये लोग बिल पर अपनी देनदारी से मुक्त हो जायेंगे । जब कोई बिल अस्वीकृति से अप्रतिष्ठित हो चुका है और इस प्राप्ति की सूचना भी दी जा चुकी है तो बाद में भुगतान न मिलने पर सूचना देना आवश्यक नहीं है और बिल का स्वामी चाहे तो भुगतान दिवस तक रुके बिना ही न्यायालय में दावा कर सकता है । यदि बिल का धारी लेखक के ही नगर में रहता है तो नोटिस इस प्रकार देना चाहिये कि वह अगले दिन लेखक को मिल जाये । यदि वे अलग-अलग शहरों में रहते हैं तो नोटिस अप्रतिष्ठा के अगले दिन अथवा ठाक से भिजवा देना चाहिये । यदि नोटिस भेजने में देरी कुछ ऐसे कारणों से हो जाये जिन पर धारी का नियन्त्रण नहीं है तो उसे क्षमा किया जा सकता है । निम्न दशाओं में नोटिस देना आवश्यक है —

(१) जिस व्यक्ति को सूचना मिलनी चाहिये वह स्वयं सूचना की आवश्यकता नहीं समझता ।

(२) जब बिल के लेखक ने बिल को स्वीकार करने वाले से भुगतान न करने के लिये कह दिया हो ।

(३) जिस व्यक्ति को सूचना मिलनी चाहिये उसे सूचना न मिलने से कोई हानि न हो ।

(४) जब वह व्यक्ति जिसे सूचना मिलनी चाहिये दूढ़ने में भी न मिल सके ।

(५) जब वह व्यक्ति जिसे सूचना मिलनी चाहिये बिल या प्रतिज्ञा-पत्र की अप्रतिष्ठा के विषय में जानता हो और बिना किसी धर्म के रूपया चुकाना स्वीकार करता हो ।

(६) जब स्वीकार करने वाला (Acceptor) बिल के लेखको (Drawers) में से ही एक हो ।

(७) जब प्रतिज्ञा-पत्र ऐसा हो कि उसका दूसरे को बेचान नहीं हो सकता ।

बिल का नोटिंग करना (Noting of a Bill)

यदि बिल के उपस्थित करने पर उसका भुगतान न मिला हो तो फिर उसका धरमा पाने के लिये यह आवश्यक है कि अप्रतिष्ठा का नोटिस देने के पश्चात् उसे नोट भी कराया जाये। धारक को चाहिये कि बिल नोटेरी अफसर के पास भेज दे। यह अफसर उसे दोबारा भुगतान के लिए प्रस्तुत करता है और यदि बिल फिर भी अप्रतिष्ठित हो तो वह उसी बिल पर अप्रतिष्ठित होने की बात नोट कर देना है अर्थात् लिख देना है। उसके इस कार्य को बिल का नोटिंग कहते हैं। नोटेरी अफसर अपने नोट में निम्नलिखित बातें देता है —

- (१) अप्रतिष्ठा की तारीख,
- (२) अप्रतिष्ठा के कारण यदि कोई हो,
- (३) यदि बिल स्पष्ट रूप से अप्रतिष्ठित न किया गया हो तो इस बात का कारण कि धारक उसे अप्रतिष्ठित क्यों मानना है।
- (४) नोट करने की कीमत।

नोट करने का अभिप्राय यह है कि बिल के स्वीकरण अथवा भुगतान के सम्बन्ध में लेख-पत्र अथवा स्वीकर्ता को इजारी का एक अधिकृत साक्ष्य मिल जाये। देशी बिलों पर नोट कराना वानून द्वारा आवश्यक नहीं है किन्तु इसका चलन हो गया है। मत यदि ऐसा न कराया जाये तो अदालत को सवा हो सकती है। साथ ही नोट करा लेने से एक पक्की गवाही भी मिल जाती है। अतः नोट करा लेना देशी बिलों के लिये भी उचित है।

बिल का प्रोटेस्ट (Protest of Bill)

नोटिंग के पश्चात् विदेशी बिलों के सम्बन्ध में प्रोटेस्ट कराना भी आवश्यक होता है। नोटेरी पब्लिक में एक पृथक कामच पर अप्रतिष्ठता का प्रमाण पत्र ले लिया जाता है। इस प्रमाण-पत्र को ही प्रोटेस्ट (विरोध) कहते हैं।

(१) नोटेरी अफसर द्वारा इस बात की घोषणा कि उसके बिल को स्वीकारा अथवा भुगतान के लिये प्रस्तुत किया था।

(२) उस व्यक्ति का नाम जिसके लिये और जिसके विरुद्ध बिल का प्रमाण-पत्र लिया जा रहा है।

(३) बिल का व्योरा।

(४) अस्वीकृति या भुगतान न करने के लिये दिया गया कारण।

(५) प्रमाण-पत्र देने वाले नोटेरी अफसर की फीस।

यदि बिल स्वीकार करने वाला दिवानिया हो गया है या उसकी मान्य सार्वजनिक रूप से गिर गई है तो बिल का धारक उचित समय के अन्दर नोटेरी अफसर द्वारा बिल स्वीकार करने वाले से अनिश्चित जमानत माँग सकता है। यदि वह इसकी पूर्ति न करे तो उस आशय का एक प्रमाण-पत्र नोटेरी अफसर से लिया जा सकता है।

इस प्रमाण-पत्र को 'जमानत के लिये प्रोटेस्ट' (Protest for Better Security) कहते हैं।

बिल के विभिन्न पक्षों का दायित्व—बिल के विभिन्न पक्षों का दायित्व इस प्रकार है —

(१) **स्वीकर्ता (Acceptor)**—बिल पर स्वीकृति देने वाला प्रधान रूप से धारी के प्रति भुगतान करने का दायी है। बिल पर स्वीकृति देकर वह उसके जुकाने का दायित्व ग्रहण करता है। यदि वह परिपक्वता दिवस पर उसका भुगतान नहीं करता तो बिल का लेखक, बेचानकर्ता या नियमानुकूलकारी उस पर दावा कर सकते हैं। वह किसी नियमानुकूलकारी के विरुद्ध कोई बचाव प्रस्तुत नहीं कर सकेगा। वह यह भी नहीं कह सकेगा कि बिल वा कोई प्रतिफल नहीं दिया गया था। हाँ, जालसाजी की अवस्था में अवश्य वह बच सकता है।

(२) **लेखक (Drawer)**—जब तक 'बिल स्वीकार नहीं हो जाता तब तक लेखक ही बिल पर प्रधान रूप से दायी होता है। बिल लिखकर वह इस बात का आश्वासन देता है कि प्रस्तुत करने पर उसकी स्वीकृति मिल जायेगी और मिमाद के अनुसार उसका भुगतान भी हो जायेगा तथा अप्रतिष्ठित होने की दशा में वह धारी या बेचानकर्ता को, जिसे अप्रतिष्ठा के कारण नुकसान उठाना पड़ा हो, हरजाना देगा। लेकिन जब बिल स्वीकार हो जाता है तो उसका दायित्व प्रधान बरहकर द्वितीयात्मक (Secondary) हो जाता है।

(३) **बेचानकर्ता (Endorser)**—बेचानकर्ता का दायित्व स्वीकर्ता या लेखक की प्रपेक्षा बहुत सीमित है। किसी बिल पर बेचान करके वह अपने ऊपर इस बात का दायित्व लेता है कि वह अपने वाद के किसी बेचानकर्ता को, जिसने बिल के सम्बन्ध में हानि उठाई है, हरजाना देगा। किन्तु स्वयं उसे अपने पूर्व बेचानकर्ताओं या लेखक अपवा स्वीकर्ता से हरजाना लेने का अधिकार है। वह किसी नियमानुकूल अधिकारी के विरुद्ध यह बचाव त रख सकेगा कि उस पर कोई बेचान या लेखक के हस्ताक्षर सच्चे या नियमित नहीं हैं।

बिल का नवकरण (Renewal of a Bill)

कभी-कभी ऐसा होता है कि जब किसी बिल का स्वीकर्ता या परिपक्वता दिवस पर उसका भुगतान नहीं कर पाता, तो वह लेखक से थोड़ा और समय देने की प्रार्थना करता है। यदि धारी स्वीकर्ता की आर्थिक अवस्था से सन्तुष्ट हो जाये तो वह इस शर्त पर उसकी प्रार्थना को स्वीकार कर लेता है कि स्वीकर्ता उसको बढ़ाई हुई अवधि के लिए व्याज देगा और नये बिल की स्टाम्प फीस चुकायेगा। इस प्रकार पुराने बिल के स्थान में नया बिल लिखना उसका 'नवकरण' कहलाता है।

बिल की समाप्ति

बिल के सम्बन्ध में उसके पक्षकारों का दायित्व समाप्त हो जाने पर 'बिल की समाप्ति' कही जाती है। बिल के स्वीकर्ता अथवा बेचानकर्ता का दायित्व निम्नलिखित दशामों में समाप्त हो जाता है :—

(१) बिल की प्रगति में भुगतान—जब बिल का लेखपात्र प्रेषण स्वीकर्ता या उनका कोई प्रतिनिधि बिल की मियाद के अनुसार अच्छी नियत से और बिना लापरवाही के बिल के धारी को उसकी प्रस्तुति पर भुगतान करदे तो बिल की समाप्ति हो जाती है। भुगतान लेने समय धारी या तो बिल पर रमीट लिखकर प्रेषण उसके लेख को काटकर बिल स्वीकर्ता या उसके बैंक को लौटा देता है।

(२) बिल को रद्द करना—अब किसी बिल का धारी जान बूझकर स्वीकर्ता या किसी बचानकर्ता का नाम उसे और उसके प्राचीन अधिकार रखने वाले समस्त पक्षकारों की, दायित्व मुक्त करने के इरादे में, काट दे तो इस प्रकार नाम काटने से स्वीकर्ता या बचानकर्ता ऐसे धारी (और उसके प्राचीन दावा रखने वाले व्यक्तियों) के प्रति दावे में छूट जाते हैं।

(३) बिल के पक्षकारों को मुक्त करना—बिल का धारी स्वीकर्ता या बचानकर्ता को देनदारी में मुक्त कर सकता है। यदि धारी कुछ समय बिल के भुगतान में ले लेता है या कोई नया समझौता कर लेता है प्रथवा पुराने समझौते में परिवर्तन कर लेता है, तो पक्षकारों का देनदारी से छुटकारा हो जाता है। इसी प्रकार, यदि बिल का धारी लेखपात्र को २४ घण्टे से अधिक का समय देता है और पूर्व पक्षकारों की सहमति नहीं लेता तो वह धारी के ऐसे व्यवहार से मुक्त हो जाते हैं।

क्षति-पूर्ति

यदि कोई विनिमय साध्य पत्र अप्रतिष्ठित हो जाय तो दोषी पक्षकार धारी को या किसी बचानकर्ता को उस पत्र का धन, ६% प्रतिवर्ष की दर से व्याज और प्रस्तुत नोटिंग व प्रोटेस्ट कराने के व्यय चुकाने का दायी होता है।

खोया बिल (Lost Bills)

यदि परिपक्वता के पहले कोई बिल खो जाय तो वह व्यक्ति, जो उसका धारी था, लेखक से उनी तिथि और मियाद का एक दूसरा बिल देने के लिए प्रार्थना कर सकता है। लेखक दूसरी प्रति देने के लिये बानूतन बाध्य है। परन्तु धारी को यह बचन देना पड़ेगा कि वह उसकी अन्य पक्षों के विषय ऐसी हानि से, जो उसे दूसरी प्रति देने से उद्भव हो, रक्षा करेगा।

बैंक ड्राफ्ट

बैंक ड्राफ्ट वह बिल प्राँक एक्स्पेन्ज है जो बैंक द्वारा दूसरे बैंक पर लिखा जाता है। प्रायः एक बैंक का प्रधान कार्यालय अपनी शाखाओं पर ऐसे बिल लिखा करता है। ये माँग पर देय होते हैं और देन-विदेशों को भुगतान भेजने के लिये काम आते हैं जो व्यक्ति किसी दूसरे शहर के किसी व्यक्ति को भुगतान भेजना चाहे, वह किसी बैंक से नकद धन एवं उसका उचित कमीशन देकर आदेशानुसार बैंक ड्राफ्ट प्राप्त कर सकता है। यह बैंक ड्राफ्ट रजिस्टर्ड डाक द्वारा उस व्यक्ति को भेज दिया जायगा।

टेलीग्राफिक ट्रान्सफर

किसी देश को भुगतान भेजना ही तो बैंक ड्राफ्ट न भेजकर हम रीति से भी ऐसे किया जा सकता है। भुगतान भेजने वाला आवश्यक धन, कमीशन और खर्च बैंक के पाम जमा कर देता है और बैंक विदेश स्थित अपने प्रतिनिधि को इस आशय का केबिल भेज देती है कि भुगतान भेजने वाले के निर्देशानुसार रकम चुका दी जाये। इसे टेलीग्राफिक ट्रान्सफर कहते हैं। इसके द्वारा बहुत अल्पकाल में भुगतान पहुँच जाता है।

बिल और बैंक में अन्तर

बिल

- १—इसका स्वीकरण आवश्यक है नहीं तो इसका कोई मूल्य नहीं।
- २—इसका रखाकन नहीं होता।
- ३—इसमें किसी व्यक्ति, फर्म या कंपनी की आज्ञा दी जाती है।
- ४—इसका भुगतान परिपक्वता दिवस पर होता है।
- ५—इसके अप्रतिष्ठित होने की सूचना सभी सम्बन्धित पक्षों को देना आवश्यक है।
- ६—यदि बिल का धारी परिपक्वता दिवस पर भुगतान के लिये प्रस्तुत नहीं करता तो इसके लेखक और बेवान कर्त्ताओं की देनदारी समाप्त हो जाती है।
- ७—परिपक्वता दिवस पर भुगतान के लिये लेखक और स्वीकर्त्ता दोनों ही दायी होते हैं।

बैंक

- १—इसके स्वीकरण का प्रश्न ही नहीं उठता।
- २—इसका रखाकन किया जा सकता है।
- ३—इसमें सदैव किसी बैंक की आज्ञा दी जाती है।
- ४—इसका भुगतान तुरन्त उपस्थित करने पर मिल जाता है।
- ५—अप्रतिष्ठा की सूचना देना आवश्यक नहीं है।
- ६—यदि इसे उचित समय के भीतर बैंक की लिडकी पर भुगतान के लिये प्रस्तुत नहीं किया गया तो लेखक की देनदारी समाप्त नहीं होती।
- ७—यदि लेखक भुगतान रोक दे या उसकी मृत्यु हो जाये या वह दिवालिया हो जाये तो बैंक का दायित्व समाप्त हो जाता है।

बिलों के लाभ

व्यापारिक समार को बिलों में उड़ा लाभ पहुँचता है। खरीदार और विक्रेता दोनों ही इसमें लाभान्वित होते हैं। यह लाभ के निम्न विवेचन से स्पष्ट है —

(१) यह सैनिकों के निपटारा करने का सुविवाजनक और सुरक्षित साधन है। बिल का भुगतान प्रायः बैंक के द्वारा किया जाता है। इस प्रकार भिक्के या नोट भेजने की आवश्यकता बच जाती है।

(२) यह भुगतान की तिथि निश्चित कर देता है और श्रद्धा का बानूनी साक्ष्य है, जिसे न्यायालय के द्वारा निपटवाया जा सकता है।

(३) यह एक विनिमय साध्य पत्र है इसलिये बेचान एवं मुपुर्दगी द्वारा एक हाथ से दूसरे हाथ श्रद्धा के भुगतान में मुजबूता रहता है। इस प्रकार भुद्रा की दक्षत सम्भव हो जाती है।

(४) धारी चाहे तो किसी बैंक से इसे भुना कर परिपक्वता के पहले भी स्वयं प्राप्त कर सकता है। इस प्रकार उसका काम रुकने नहीं पाता।

(५) स्वीकर्ता यानी देनदार को माल बेचने के लिये पर्याप्त समय मिल जाता है और वह इतना धन जुटा सकता है कि परिपक्वता पर उसका भुगतान कर दे।

(६) दो अलग-अलग देशों में रहने वाले व्यक्तियों के पारस्परिक लेन-देन निबटाने में सहायक होता है और प्रत्येक को अपने-अपने देश की भुद्रा में भुगतान मिल जाता है।

(७) विक्रेता को यह निश्चित रूप से मालूम होता है कि उसकी भुगतान कब मिलेगा। अतः वह उसी प्रकार अपनी योजनाएँ बना सकता है और श्रेता को भी यह लाभ है कि वह बार-बार के तक़ावों से बच जाता है।

(८) इनसे जय-विक्रय एवं व्यापार को बहुत प्रोत्साहन मिलता है, क्योंकि माल ख़ार पर देना अधिक सरल और सुरक्षित हो जाता है।

अभ्यास के प्रश्न

- १ विनिमय-साध्य पत्र से क्या आशय है? इसकी विशेषताएँ लिखिये।
- २ क्या किसी विनिमय-साध्य पत्र में कोई परिवर्तन किया जा सकता है? यदि हाँ, तो इसके क्या नियम हैं?
- ३ धारी, मूल्याव्यवारी एवं मयाविधिधारी में भेद कीजिये।
- ४ बिल की परिभाषा दीजिये और हमने आवश्यक लक्षण बताइये।
- ५ बिल कैसे लिखा जाता है? इसका एक नमूना दीजिये।

६. निम्न में अन्तर कीजिये—

- (अ) व्यापारिक बिल एवं अनुग्रह बिल ।
- (आ) देशी बिल एवं विदेशी बिल ।
- (इ) बाटुक बिल एवं आदेशानुमान बिल ।
- (ई) बिल एवं चेक ।

- ७ बिल के भुगतान के लिये प्रस्तुति कैसे की जाती है ? क्या प्रस्तुति करना सदैव आवश्यक है ?
- ८ बिल के नवकरण में क्या अभिप्राय है ? इसकी मियाद से पहले कैसे रिटायर कराया जाता है ?
- ९ बिल के पक्षकारों का बिल पर क्या दायित्व है ?
- १० बिल की समाप्ति कब कही जाती है ? यह किस प्रकार होती है ?

•

चैक

(Cheques)

परिभाषा एवं आवश्यक लक्षण

चैक एक शर्त रहित आज्ञा-पत्र है जो किसी निश्चित बैंक पर लिखा जाता है, जिस पर लेखक के हस्ताक्षर होते हैं और जिसमें बैंक को यह आदेश दिया जाता है कि वह माँग पर एक निश्चित धन राशि निश्चित व्यक्ति को भ्रमण उसके आदेशानुसार किसी अन्य व्यक्ति को भ्रमण चैक के वाहक को दे दे।

उपर्युक्त परिभाषा का विस्लेषण करने से चैक के निम्नलिखित आवश्यक लक्षण प्रगट होते हैं। यदि किसी पत्र में ये लक्षण न हों तो वह चैक नहीं कहा जा सकता—

(१) आदेश-पत्र—यह एक आदेश-पत्र है। डिपॉजिटर का बैंक में रक्का जमा है इसलिये वह जब चाहे जिसको रक्का देना सकता है। उसका रक्का देने के लिये कहना आज्ञा के रूप में होता है।

(२) शर्त रहित—इसका भुगतान बिना किसी शर्त पर होना चाहिये। यदि चैक का भुगतान बिना किसी शर्त पर करने का आदेश होना है तो वह चैक नहीं कहलायगा। उदाहरण के लिये, यदि चैक में रक्का सतीश को देने के आदेश के साथ यह लिखा हो 'यदि वह बिल्टी दे दे' तो यह आदेश चैक नहीं है क्योंकि इसमें बिल्टी देने की शर्त है।

(३) लिखित—अगर रक्का दिवान की आज्ञा मौखिक है तो उसे चैक नहीं कहा जा सकता।

(४) निश्चित बैंक पर—यह आवश्यक है कि लिखित आज्ञा किसी निश्चित बैंक पर ही हो। यदि वह किसी अन्य संस्था या व्यक्ति के लिये है तो उसे चैक नहीं कहेंगे। बैंक का नाम चैक के फार्म में ऊपर ही छपा रहता है और यह वही बैंक होना चाहिए जिसमें ग्राहक का हिसाब खुला है। यदि ग्राहक का हिसाब पंजाब नेशनल बैंक आगरा बेलनगञ्ज ब्रांच में है तो वह पंजाब नेशनल बैंक आगरा रावतपाड़ा ब्रांच को चैक नहीं लिख सकता।

(५) लेखक के हस्ताक्षर—प्राज्ञा-पत्र पर ग्राहक के हस्ताक्षर होना आवश्यक है नहीं तो बैंक उसका भुगतान नहीं करेगा।

(६) निश्चित धनराशि—यह केवल रुपये की एक खास रकम भुगतान का आदेश देता है। यदि वह रुपये के अतिरिक्त किसी अन्य वस्तु के देने के लिए कहता है या धनराशि स्पष्ट नहीं करता तो उसे बैंक नहीं कहेगा। जैसे यदि बैंक में लिखा हो कि 'श्री सतीशचन्द्र मीतल को ३०० रुपये और वह धी का टिन दे दीजिए जो मैनेजर ने गन दिवस देने के लिए कहा था' या 'श्री सतीशचन्द्र को ३०० रुपये या जितना वे मांगे उतना धन दे दीजिए' तो वह बैंक नहीं कहलायेगा।

(७) माँग पर भुगतान—बैंक में माँगने पर तुरन्त ही दिया देने का आदेश होना आवश्यक है। यह बैंक इस प्रकार लिखा जाए कि 'श्री सतीशचन्द्र मीतल को ३०० रुपये एक महीने बाद दीजिए' तो वह गलत है।

(८) उचित व्यक्ति को भुगतान—बैंक का भुगतान किस व्यक्ति को किया जाय इसका प्राज्ञा-पत्र में स्पष्ट उल्लेख होना आवश्यक है। बैंक का दिया या तो उस व्यक्ति को जिसका नाम उसमें लिखा है या उसके आदेशित व्यक्ति को या बैंक रखने वाले को देना पड़ता है।

बैंक का नमूना

जैसा कि हम जानते हैं बैंक अपने-अपने बैंक^१ जारी करते हैं परन्तु बैंकों का सामान्य रूप लगभग इस नमूना के अनुसार ही होता है, जो निम्न है—

Specimen of a Cheque

<p>No K 26781 Dated Jan 5, 1960 In favour of— S C Mital Hardeoganj, Agra Rs 1500 00</p> <p style="text-align: right;">S C. S</p>	<p style="text-align: right;">Date Jan 5, 1960</p> <p>No 26781 Central Bank of India Ltd Agra Branch Pay to S C Mital or bearer the sum of rupees one thousand and five hundred only Rs 1,500 00</p> <p style="text-align: right;">S C Saksena</p>
--	--

१—यदि एक साधारण कागज पर बैंक लिखा जाय तो वह बैंक होगा परन्तु ऐसी दशा में सुरक्षा नहीं रहती, क्योंकि साधारण कागज में छपे हुए फार्म की अपेक्षा परिवर्तन मरलना से किया जा सकता है। साथ ही बैंक को सादा कागज पर लिखे गये आदेशों पर कार्यवाही करते समय भ्रमविश्रा भी होती है। अतः वह ग्राहक को खाता खोलते समय ही यह शर्त कर लेता है कि वे उसके छपे फार्म पर बैंक लिखकर ही दिया निकालेंगे।

सं० क २६७८१

दिनांक—जनवरी ५, १९६०

पाने वाले—सतीशचन्द्र मोतल,
हरदेव गज, आगरा।

र० १,५०० ००

मु० व० सं०

सं० व २६७८१ दिनांक जनवरी ५, १९६०

सैंट्रल बैंक आफ इण्डिया लि०

आगरा ब्रांच

श्री सतीशचन्द्र मोतल प्रदत्त बाटक को
एक हजार पाँच सौ रुपए सिर्फ दीजिये।

र० १,५०० ००

सुरेशचन्द्र सबसेना

घ्रापने यह नोट किया होगा कि बैंक में तीन पक्षकार (Parties) होते हैं—
(१) लेखक (Drawer), जो बैंक लिपता है और जिसका खया बैंक में जमा है,
(२) देनदार बैंक (Drawee), जिसमें लेखक का खया जमा है और जिसे खया
भुगतान करने का आदेश दिया जाता है, और (३) प्राप्तकर्ता (Payee), जिसके
पक्ष में बैंक लिखा जाता है और जिसे भुगतान पाने का अधिकार है। कभी-कभी
लेखक स्वयं अपनी आवश्यकता के लिए खया निकालता है। ऐसी दशा में लेखक ही
प्राप्तकर्ता भी है।

बैंक लिखते समय ध्यान रखने योग्य बातें

बैंक के दो भाग होते हैं—(१) बैंक और प्रति-पत्रक (Counterfoil)। दोनों
पर एक ही सख्या दी जाती है। प्रति-पत्रक में भी उन्ही बातों को लिखा जाता है
जो बैंक में लिखते हैं। जैसे, दिनांक, प्राप्तकर्ता का नाम, धन राशि और बैंक देने का
कारण। बीच में बनी हुई छिद्र-युक्त रेखा से बैंक भ्रमण करके प्राप्तकर्ता को दे दिया
जाता है और प्रति-पत्रक भविष्य में हवाले के लिए लेखक के पास रह जाता है। बैंक
लिखते समय निम्नलिखित बातों का बड़ा ध्यान रखना चाहिए—

(१) तारीख (Date)—बैंक में तारीख लिखना आवश्यक है। यदि किसी
बैंक पर कोई तारीख न हो तो बैंक उस पर सही तारीख डाल सकता है। आम
व्यवहार में बैंक ऐसे चेकों पर “अपूर्ण” (Incomplete) लिख कर लौटा देता है।
बैंक को देनदार बैंक के सम्मुख प्रस्तुत करने के पहले प्राप्तकर्ता भी उसमें तारीख
भर सकता है।

सामान्यतः जिस दिन चेक लिखते हैं वही तारीख भरी जाती है। कभी-कभी
बैंक में घ्राणे की तारीख डाल दी जाती है। ऐसा तब किया जा सकता है जबकि लेखक
भविष्य में किसी निश्चित तारीख को खया भ्रमा करना चाहता है। जब तक यह
तारीख नहीं आती, उस चेक का भुगतान नहीं किया जावेगा। ऐसे बैंक को ‘आगामी
तिथि का बैंक’ (Post dated cheque) कहते हैं। कुछ बैंकों पर पिछली तारीख
भी डाल दी जाती है। ऐसे बैंक को ‘पिछली तिथि का बैंक’ (Ante-dated

cheque) कहते हैं। ऐसे चेक का रखा चेक पर लिखित तारीख से छ महीने के अन्दर बैंक में ले लेना चाहिए अन्यथा उसका भुगतान नहीं मिलेगा। जो चेक छ महीने पुराना हो गया हो वह बायीं चेक (Stale cheque) कहलाता है। एक बायीं चेक को प्राप्तकर्ता उसके लेखक में बदलवा सकता है या उसके बदले नगद रखा ले सकता है।

(२) प्राप्तकर्ता (Payee)—जिस व्यक्ति को भुगतान दिनांक हो उसका नाम साफ-साफ लिखना चाहिए, जिसमें बैंक कर्मचारियों को कठिनाई न हो। यहाँ नाम के साथ आदर सूचक शब्द (जैसे 'श्रीयुक्त', 'वडिन' आदि), पद और डिग्रीयों लिखने की आवश्यकता नहीं है। यदि ग्राहक स्वयं अपने लिए रखा लेना चाहता है, तो उसे रिक्त स्थान में स्वयं को (To self) लिखना चाहिए। यदि प्राप्तकर्ता के नाम के आगे 'या आदेशानुसार' (Or order) शब्द लिखे होते हैं तो उसका भुगतान नाम लिखे व्यक्ति के आदेश पर ही किसी अन्य व्यक्ति को हो सकता है। परन्तु जब 'या बाहक' (Or bearer) शब्द लिखे हो, तो फिर उसका भुगतान किसी भी व्यक्ति को, जो चेक को भुगतान के लिए प्रस्तुत करे, किया जा सकता है चाहे उसे नाम लिखे व्यक्ति का, आदेश प्राप्त हो या नहीं। यदि किसी चेक में प्राप्तकर्ता के नाम के आगे 'या बाहक को' छपा है और हम उसका भुगतान नाम लिखे व्यक्ति के आदेश पर किसी अन्य व्यक्ति को दिनांक चाहते हैं तो 'या बाहक को' काट कर उसके निकट 'या आदेशानुसार' लिख देना चाहिए। यदि किसी चेक में प्राप्तकर्ता के नाम के आगे 'या आदेशानुसार' लिखा हो और हम उसका भुगतान किसी भी व्यक्ति को (चाहे उसे नाम लिखे व्यक्ति का आदेश प्राप्त हो या नहीं) दिनांक चाहें तो 'या आदेशानुसार' शब्दों को काट कर उसके निकट 'या बाहक को' लिख देना चाहिए।

किसी-किसी बैंक के चेकों में दोनों ही शब्द छपे होते हैं, जैसे या $\frac{\text{बाहक को}}{\text{आदेशानुसार}}$

(Bearer/order)। हम दवा में अपने उद्देश्य के अनुसार ही हमें अनावश्यक शब्द काट देना चाहिए। यदि किसी चेक में प्राप्तकर्ता के नाम के आगे कोई शब्द नहीं लिखा है तो उसे आदेशानुसार चेक ही माना जावेगा। किसी-कभी प्राप्तकर्ता का नाम देने के उपाय किसी व्यय का अथवा कोई कम्पिन नाम लिख दिया जाता है। ऐसी स्थिति में जो उसे लेकर जाता है उसको ही इसका भुगतान हो जाना है।

(३) धनराशि (Amount)—चेक हाथ दिलाई जाने वाली रकम को बिना काटे और निश्चय रूप में लिखना चाहिए। जालसाजी में दबने के लिए धन राशि दो बार लिखी जाती है—एक बार तो चेक के मुख्य भाग में शब्दों में और दूसरी बार निचले कोने में बाईं ओर अक्षरों में। रकम इस प्रकार लिखनी चाहिए कि उसमें हेर-फेर का अवसर न रहे। उदाहरण के लिए, यदि 'seven' के पश्चात् अगह पाली रह जाय, तो जालसाज बड़ी आसानी से उसे 'seventy' कर सकता

है। मत. इस प्रकार जगह छोड़ना ठीक नहीं। इस जालसाजी से बचने के लिए रकम एक मशीन द्वारा प्रकृत कर दी जाती है। रकम लिखते समय इस बात की सावधानी चाहिए कि शब्दों और अंकों की रकम में कोई अन्तर नहीं हो। यदि दोनों में अन्तर है, तो बैंक शब्दों में लिखी हुई रकम सही मान सकता है। किंतु साधारण बैंक ऐसे बैंक का भुगतान नहीं करते।

(४) हस्ताक्षर (Signature)—यदि बैंक पर लेखक के हस्ताक्षर न हों तो उसका भुगतान नहीं मिल सकता। लेखक को अपने हस्ताक्षर स्पष्ट और ठीक उभी प्रकार करने चाहिए जिम तरह उसने हस्ताक्षर पुस्तिका (Autograph book) में नमूने के लिए किए थे। यदि बैंक के हस्ताक्षर नमूने के हस्ताक्षरों से नहीं मिलते तो बैंक उसका खयाल देना मना कर सकता है। यह आवश्यक भी है, क्योंकि यदि कोई बैंक जाली या भ्रमाश्रित हस्ताक्षरों के आधार पर बैंक का भुगतान कर देता है तो वह ऐसी रकम को वाहक के हाथ में नहीं डाल सकता जब तक यह सिद्ध न हो जाय कि स्वयं ग्राहक ने बैंक के लिखने में जापरवाही से काम लेकर जालसाजी का अवसर दिया है। भग्न भुगतान करने से पहले लेखक के हस्ताक्षर बड़ी सावधानी से जाँचे जाते हैं। प्रायः यह समझा जाता है कि यदि हस्ताक्षर सजा-सजा कर और विषम रूप में किए जायें, तो उनकी जालसाजी करना कठिन होगा। परन्तु सत्य इसके विपरीत है। बहुत बना-बनाकर किए जाने वाले हस्ताक्षरों की प्रवेष्टा सादे हस्ताक्षर की जालसाजी करना कठिन है। इस बात का ध्यान रहे कि हस्ताक्षर की मुहर इस्तेमाल नहीं करनी चाहिए, क्योंकि उनमें बैंक के लिए यह जानना कठिन होता है कि मुहर लेखक की इच्छा से लगाई है या नहीं। इसी प्रकार पेंसिल से किए गए हस्ताक्षर नहीं माने जाते। यदि ग्राहक बैंक पर स्वयं हस्ताक्षर नहीं करता, तो उसकी ओर से कोई अन्य व्यक्ति बैंक पर हस्ताक्षर कर सकता है बशर्ते उसे ऐसा करने का कानूनी अधिकार दे दिया गया है। इस दशा में बैंक दम व्यक्ति के हस्ताक्षर भी नमूने के लिए अपनी हस्ताक्षर पुस्तिका में सुरक्षित रखती है। किसी सार्वजनिक मस्था या कम्पनी के अध्यक्ष को अपने हस्ताक्षर करते समय मस्था का नाम भी देना चाहिए (अपने हस्ताक्षरों के पहले न कि बाद में) ताकि यह प्रगट हो जाय कि वह अपनी या मस्था की ओर से हस्ताक्षर कर रहा है अविनय रूप में नहीं।

वाहक एवं आदेशानुसार देय बैंक

जैसा कि हमने आपको बैंक की परिभाषा देते समय बतलाया था, बैंक वाहक हो सकता है या आदेशानुसार। वाहक बैंक (Bearer Cheque) वह है जिसका खयाल बैंक किसी भी व्यक्ति को, जो उसे भुगतान के लिए प्रस्तुत करे, दे देगा। यदि कोई गलत व्यक्ति बैंक से बैंक का खयाल भुना ले तो बैंक इसके लिये उत्तरदायी न होगा। ऐसा बैंक जिस किसी भी व्यक्ति के पास किसी समय में होगा वही उसका वैध स्वामी माना जायेगा और वही बैंक से उस बैंक का

भुगतान ले सकेगा। ऐसा बैंक किसी अन्य व्यक्ति को दे देने से ही उसे बैंक का कानूनन अधिकारी बनाया जा सकता है, उस पर बेचान करने की आवश्यकता नहीं है। भारत में यह प्रथा है कि बैंक ऐसे बाहक बैंको का भुगतान करते समय उनके पीछे रुपया पाने वाले के हस्ताक्षर भी करा लेते हैं। यह हस्ताक्षर वास्तव में रुपया की प्राप्ति के लिये रसीद स्वरूप होते हैं और इसमें हमें कोई हिचकिचाहट नहीं होनी चाहिए।

आदेशानुसार बैंक (Order Cheque) वह है जिसका एखा केवल वही व्यक्ति जिसका नाम बैंक में लिखा है या उसकी आज्ञा प्राप्त कोई अन्य व्यक्ति ही ले सकता है। प्रायः इसी तरह के बैंक लिख जाते हैं। ऐसे बैंको में प्राप्तकर्ता के नाम के आगे "Or order" शब्द लिखे होते हैं। यदि बैंक पर प्राप्तकर्ता के नाम के आगे कुछ न लिखा हो तो भी वह आदेशानुसार ही समझा जाता है। आदेशानुसार बैंक की चलाने के लिए उसे किसी व्यक्ति को केवल सुपुर्द कर देना मात्र ही पर्याप्त नहीं है अपितु उस पर उस व्यक्ति के पक्ष में बेचान करने की भी आवश्यकता होती है। बैंक से भुगतान लेने के लिए भी आदेशानुसार बैंक पर प्रस्तुतकर्ता को बेचान लिखना आवश्यक है। भुगतान करने वाले बैंक का कर्तव्य है कि वह यह देख ले कि बैंक पर समस्त बेचान ठीक तरह से हो रहे हैं और रुपया पाने वाला मही व्यक्ति है।

बाहक और आदेशानुसार बैंक में अन्तर

बाहक बैंक	आदेशानुसार बैंक
१—इसमें प्राप्तकर्ता के नाम के आगे 'या बाहक को' लिखा होता है।	१—इसमें प्राप्तकर्ता के नाम के आगे प्रायः 'या आदेशानुसार' लिखा होता है।
२—इसका भुगतान कोई भी व्यक्ति ले सकता है चाहे उसको प्राप्तकर्ता का आदेश प्राप्त हो या न हो।	२—इसका भुगतान केवल वही व्यक्ति ले सकता है जिसका नाम प्राप्तकर्ता के स्थान में लिखा हुआ है अथवा कोई ऐसा व्यक्ति ही ले सकता है जिसे प्राप्तकर्ता का आदेश प्राप्त हो।
३—किसी अन्य व्यक्ति को अधिकार देने के लिए बैंक का केवल सुपुर्द कर देना ही पर्याप्त है।	३—इसके लिए सुपुर्दगी के अतिरिक्त बेचान करना भी आवश्यक होता है।
४—भुगतान लेते समय भुगतान लेने वाले को जो हस्ताक्षर इस बैंक पर करने पड़ते हैं वे रुपया पाने की रसीद स्वरूप होते हैं।	४—भुगतान लेते समय भुगतान लेने वाला इस बैंक पर जो हस्ताक्षर करता है वह बेचान के रूप में होते हैं।

५—बैंक पर सही व्यक्ति को भुगतान करने का दायित्व नहीं आता ।

६—यह सुरक्षित नहीं है ।

१—इसके लिये बैंक का यह कर्तव्य है कि वह इस बात को देखे कि बैंक पर उचित बेचान हो और भुगतान सही व्यक्ति को किया जा रहा हो ।

६—यह अधिक सुरक्षित है ।

✓ बैंक पर बेचान लिखना

अर्थ एवं उद्देश्य—किसी विनिमय साध्य रक्के (चैक, बिज, ट्रेजरी बिल आदि की पीठ पर) प्राप्तकर्ता या अन्य कोई व्यक्ति, जो उस समय उसका अधिकारी हो, अपना स्वयं पाने का अधिकार किसी दूसरे व्यक्ति को हस्तांतरित करने के उद्देश्य से हस्तांतर करता है तो उस लेख को बेचान लेख (Endorsement) कहते हैं । जो व्यक्ति बेचान लिखता है उसे बेचानकर्ता (Endorser) और जिस व्यक्ति के पक्ष में बेचान किया जाए उसे बेचान-प्राप्त (Endorsee) कहा जाता है । प्राप्तकर्ता सबसे पहला बेचान लिखता है । बेचान-प्राप्त चाहे तो आगे भी अन्य व्यक्ति को पुन बेचान कर सकता है । रक्के पर बेचान लिखाने के बाद उसकी सुपुर्दगी कर देने में अधिकार का हस्तांतरण पूर्ण हो जाता है । यदि केवल बेचान लिख दिया जाए किन्तु सुपुर्दगी न की जावे तो बेचान का उद्देश्य (मर्चान्त रूपका पाने का अधिकार हस्तांतरित करना) पूर्ण न होगा । जैसा कि हमने ऊपर बताया है, बाह्य बैंक का स्वयं पाने का अधिकार हस्तांतरित करने के लिये बेचान की आवश्यकता नहीं है परन्तु आदेशानुसार बैंक के सम्मुख उसकी आवश्यकता है जिसमें देनदार बैंक को यह मान्य हो जाये कि आदेश किस व्यक्ति के लिये है ।

बेचान का प्रभाव—जब किसी बैंक या अन्य विनिमय साध्य रक्के पर बेचान लिख कर बेचान-प्राप्त को सुपुर्द कर दिया जाये तो उसका स्वामित्व, पुन बेचान करने के अधिकार समेत, बेचान-प्राप्त को प्राप्त हो जाता है । बेचानकर्ता चाहे तो बेचान-प्राप्त के पुन बेचान करने के अधिकार को सीमित कर सकता है । बेचानकर्ता बैंक पर बेचान करके बेचान-प्राप्त की इस बात का आश्वासन देता है कि जब उगने बैंक पर बेचान किया था तब उसका सारा धोरा सही था और उस पर यदि कोई बेचान पहले से ही रह है तो वे भी मर्या हैं । इनके अतिरिक्त जब एक आदेशानुसार बैंक बैंक में दिया जाना है तो बेचान-लेख भुगतान करने वाले बैंक के लिए इस बात का आश्वासन देता है कि उसने अपने आहूत के आदेशों का पालन किया है और बैंक भुगतान के प्रमाण का काम देता है । यह उन्नेसवीं है कि देनदार बैंक से यह आशा नहीं की जाती है कि वह प्रत्येक बेचानकर्ता के हस्तासरो से परिचित होगा अतः यदि कोई बैंक निर्दोष भाव से किसी बैंक का, जिस पर बेचान निश्चित रूप से

*बेचान लेख बैंक के सम्मुख मांग पर भी वैध रूप से किया जा सकता है । परन्तु प्रायः पीठ पर करना ही सुविधाजनक है ।

किया गया प्रतीत होता है, भुगतान कर देता है तो वह किमी हानि के लिए दायी न होगा भने ही बेचान जाली हो। उदाहरण के लिए, किसी आदेशानुसार बैंक का प्राप्तकर्ता मोहनलाल है। यह बैंक उसके यहाँ में चोरी चला जाता है और चोर मोहनलाल की ओर से अपने पक्ष में बेचान रवय बनाकर भुगतान प्राप्त कर लेता है। जाली बेचान दिल्कुल नियमित जँचता है और प्राप्तकर्ता की ओर से किया गया प्रतीत होता है। ऐसी दशा में मोहनलाल बैंक को अपनी हानि के लिए दायी नहीं ठहरा सकता।

बेचान करने का ढङ्ग—प्रायः बेचान बैंक की पीठ पर किया जाता है। यह दूसरा व्यक्ति किमी तीसरे व्यक्ति के लिए और तीसरा व्यक्ति चौथे के लिए इस प्रकार कितनी ही प्रकार बेचान हो सकता है। यदि बैंक की पीठ पर प्रगला बेचान करने के लिये स्थान ब्यासी न हो तो कागज को एक बिट बैंक के किनारे से जोड़ी

(बैंक की पीठ)
 रामकुमार को दीजिए
 मोहनलाल
 श्यामलाल को दीजिए
 रामकुमार

जा सकती है और बेचान इस तरह करना चाहिए कि हस्ताक्षर का कुछ भाग बैंक पर अवश्य आये। इस प्रकार बढाई गई बिट को मयुक्ज-पत्र (Allonge) कहते हैं। इसमें बेचान की मचवाई के बारे में सन्देह नहीं होता।

बेचान बड़ी सावधानी में लिखना चाहिये, क्योंकि यदि बेचान-लेख (Endorsement) में कोई गलती है तो बैंकर बैंक का भुगतान नहीं करेगा। इस सम्बन्ध में निम्नलिखित बातें याद रखनी चाहिये —

(१) बेचान स्याही से करना चाहिए। बेचान पेंसिल से भी किया जा सकता है परन्तु बैंक ऐसा बेचान दस कारण स्वीकार नहीं करते कि उसमें उसके मिट जाने का भय रहता है। रबट की मुहर किया गया बेचान भी उचित नहीं है।

(२) बेचानकर्ता को चाहिए कि वह अपने हस्ताक्षर उन्ही वर्णशिरो में करे, जिनमें कि लेखक ने या पहले वाले बेचानकर्ता ने उसके नाम बैंक लिखा है। यदि लेखक या पहले वाले बेचानकर्ता ने कोई गलती कर दी है तो ऐसी ही गलती इस बेचानकर्ता को भी करनी चाहिए। हाँ, यदि वह चाहे तो अपना सही नाम भी साथ में लिख सकता है। उदाहरण के लिए, यदि कृष्णकुमार का नाम बैंक में विशनकुमार लिखा है तो उसे इस प्रकार हस्ताक्षर करना चाहिए —

विशनकुमार (कृष्णकुमार)

(३) बेचान करते समय आदर सूचक शब्द जैसे थी, लाला, बाबू आदि स्तमान नहीं करना चाहिए। यदि हस्ताक्षरो में कोई आदर सूचक शब्द जुड़े हैं तो उनमें यह प्रगट होता है कि बेचानकर्त्ता ने स्वयं बेचान नहीं किया है। हाँ बेचानकर्त्ता की ओर से जब उसका प्रतिनिधि हस्ताक्षर कर रहा हो तो वह अपने स्वामी के नाम से आदर सूचक शब्द प्रयोग कर सकता है, यथा—

श्री विशनकुमार के लिये,
मोहनलाल,
सेक्रेटरी,

(४) उपाधियाँ एवं पद जैसे कॅप्टन, डाक्टर आदि नाम के आगे बढ़ाये जा सकते हैं। जैसे कॅप्टन एल० पी० माधुर इस प्रकार बेचान करेंगे —

एल० पी० माधुर, कॅप्टन

(५) जब विवाहित स्त्रियों का नाम उनके पति के नाम के आगे श्रीमती लगाकर लिखा जाता है तो उनको चाहिए कि बैंक का बेचान करते समय अपना वास्तविक नाम लिखकर ऐसा वाक्य भी लिख देना चाहिये जिसमें यह प्रगट हो जाय कि वह अनुक्त व्यक्ति की पत्नी है। उदाहरण के लिए, एक बैंक में श्रीमती सुरेशचन्द्र सक्सेना प्राप्तकर्त्ता हैं। इन्हें बेचान करते समय अपना हस्ताक्षर इस प्रकार करना चाहिए —

सलिला सक्सेना,
पत्नी श्री सुरेशचन्द्र सक्सेना।

(६) यदि कोई बैंक किसी अविवाहिता स्त्री के लिए उसके विवाह के पूर्व के नाम से काटा गया हो तो विवाह के पश्चात् बेचान करते समय उसे अपना वर्तमान नाम लिखकर विवाह पूर्व का नाम भी लिखना चाहिए। अंग्रेजी में विवाह पूर्व के नाम के पहले 'Nec' शब्द जोड़ देते हैं हिन्दी में 'पूर्व' शब्द का प्रयोग किया है। उदाहरण के लिए एक श्री कुमारी लता अग्रवाल के नाम लिखा गया था। इनका विवाह मित्तल परिवार में होने से वे अब श्रीमती लता मित्तल लिखती हैं। ऐसी दशा में उनकी बेचान इस प्रकार करना चाहिए—

लता मित्तल,
पूर्व अग्रवाल।

Lata Mital,
Nec Agarwal

(७) यदि कोई अपद आदमी बेचान करता है तो वह बेचान भ्रूटे की निशानी से कर सकता है परन्तु इस दशा में उसको किसी पड़े-निम्ने प्रतिष्ठित व्यक्ति में गवाही करा लेनी चाहिए, जैसे

बलराम का भ्रूट्टा चिह्न

गवाह

सनीलचन्द्र मित्तल
बेननर्गज,
भापरा।



(८) यदि चैक का प्राप्तकर्ता यद्यपि कोई अन्य व्यक्ति, जो उस समय चैक का स्वामी हो, स्वयं वेचान नहीं करता अपितु उसकी ओर से उसका कोई प्रतिनिधि वेचान करता है तो उसे चाहिये कि वेचान करने समय वह इस बात को स्पष्ट कर दे कि प्रमुख व्यक्ति की ओर से वेचान किया जा रहा है। इसके लिये उसे 'ओर से' (Per-Pro) या 'के लिये' (For) प्रयोग करना चाहिये। उदाहरण के लिए, राम प्रार्दर्स की ओर से उसका मैनेजर मोहनलाल इस प्रकार वेचान करेगा —

राम प्रार्दर्स की ओर से,
मोहनलाल,
मैनेजर

Per Pro Ram Bros
Mohan Lal,
Manager

(९) फर्मों का वेचान बिल्कुल उस विवरण के अनुसार होना चाहिए जो चैक के लेख में लिखा है, जैसे किसी चैक के प्राप्तकर्ता सर्व श्री मूलचन्द मोहनलाल एण्ड कम्पनी है तो वेचान इस प्रकार करना चाहिए—

मूलचन्द मोहनलाल एण्ड कम्पनी

कोई भी साभेदार उक्त वेचान लिख सकता है। इस बात को स्पष्ट करने के लिए कि प्रमुख साभेदार ने वेचान किया था, वेचान लिखने वाला साभेदार अपना नाम भी दे देना है, यथा—

मूलचन्द मोहनलाल एण्ड कम्पनी,
मूलचन्द
साभेदार

(१०) यदि कोई चैक संयुक्त रूप से दो या अधिक व्यक्तियों के लिए लिखा गया है ओर प्रत्येक का नाम भी अलग-अलग दिया गया हो तो चैक का वेचान करते समय उनको अलग-अलग हस्ताक्षर करने चाहिए। यदि एक व्यक्ति को ही अन्य सब व्यक्तियों की ओर से हस्ताक्षर प्राप्त करने का अधिकार प्राप्त हो तो बात दूसरी है। जैसे, किसी चैक के प्राप्तकर्ता श्यामलाल मोहनलाल घनश्यामदास हैं तो इनको हम प्रकार वेचान करना चाहिए—

श्यामलाल
मोहनलाल
घनश्यामदास

(११) यदि कोई चैक किसी लिमिटेड कम्पनी के नाम हो यद्यपि किसी सभा समिति या सस्था के नाम हो तो वेचान करने वाला अधिकारी अपने हस्ताक्षर के नीचे अपना पद भी लिख देता है। हस्ताक्षर के पहले सस्था, समिति या कम्पनी का नाम देना जरूरी है नहीं तो वह हस्ताक्षर व्यक्तिगत माने जायेंगे ओर इसलिये अनियमित होंगे जैसे,

बानपुर कॉटन मिक्स लिमिटेड,
मोहनलाल,
मेक्रेटरी (या डाइरेक्टर या मैनेजर)
ग्रगवाल इण्टर कॉलेज के लिए,
जयकिशन,
प्रिन्सिपल ।

बेचान लेख के भेद

भिन्न-भिन्न परिस्थितियों में भिन्न-भिन्न प्रकार के बेचान किये जाते हैं । साधारण-तया बेचान लेख के भेद निम्न प्रकार हैं

- (१) रिक्त या साधारण बेचान (Blank or General Endorsement) ।
- (२) पूर्ण या विशेष बेचान (Full or Special Endorsement) ।
- (३) प्रतिबन्धयुक्त बेचान (Restrictive Endorsement) ।
- (४) आंशिक बेचान (Partial Endorsement) ।
- (५) दायित्व रहित बेचान (Sans Recourse Endorsement) ।
- (६) शर्त सहित बेचान (Conditional Endorsement) ।

बेचान रिक्त, कोरा खुला या साधारण कहा जाता है जबकि बेचानकर्ता किसी चेक या अन्य विनिमय साध्य रुपये की पीठ पर केवल अपने हस्ताक्षर कर देता है और बेचान-पत्र का नाम नहीं देता । यदि किसी चेक पर रिक्त बेचान हो रहा है तो उसका रकबा कोई भी व्यक्ति जो भुगतान के लिए बैंक बैंक में प्रस्तुत करे, ले सकता है । इस तरह एक आदेशानुसार चेक रिक्त बेचान करके पुनः बाह्य चेक बनाया जा सकता है और फिर वह बेचान के बिना केवल सुपुर्दगी द्वारा हस्तांतरित किया जा सकता है ।

दीजिये

सुरेशचन्द्र सबमेता

पूर्ण या विशेष बेचान तब कहा जाता है जबकि बेचानकर्ता किसी चेक या अन्य विनिमय साध्य रुपये की पीठ पर अपने हस्ताक्षरों के ऊपर उस व्यक्ति का नाम भी निर्दिष्ट कर देता है जिसे या जिसके आदेशानुसार वह रुपया दिलाना चाहता है । रिक्त बेचान में हस्ताक्षरों के ऊपर अपना या किसी दूसरे व्यक्ति का नाम लिख कर वर्तमान बेचान-पत्र उसे पूर्ण बेचान-लेख बना सकता है । पूर्ण बेचान वाला चेक आदेशानुसार देय होता है अतः प्राप्ति पाने के लिए उस पर पुनः बेचान लिखने की आवश्यकता पड़ेगी ।

दीजिये सतीश को या आदेशानुसार

सुरेशचन्द्र सक्सेना

प्रतिबिन्द्ययुक्त बेचान—यह है जिसके द्वारा बेचानकर्ता किसी बैंक या बिल का प्राप्ति बेचान करना रोक देना है या जिसमें यह संकेत होता है कि बेचान लेख स्वामित्व का हस्तान्तरण नहीं करता केवल बैंक को बेचानकर्ता के निर्देशानुसार प्रयोग करने का अधिकार मात्र ही प्रदान करता है। हमारे शब्दों में, यह कह सकते हैं कि ऐसा बेचान-लेख उस दफ्ते को विनिमय-साध्यता को सीमित कर देता है।

केवल सतीशचन्द्र मीतल को दीजिये

सुरेशचन्द्र सक्सेना

प्रपत्र

सतीशचन्द्र मीतल को या आदेशानुसार

संग्रह के लिए दीजिए

सुरेशचन्द्र सक्सेना

प्रपत्र

रामनाथ के लिए सतीशचन्द्र मीतल को दीजिये

सुरेशचन्द्र सक्सेना

आशिक बेचान से अभिप्राय उस बेचान लेख का है जिसके द्वारा बैंक या प्र य विनिमय-साध्य दफ्ते में निश्चित रकम के केवल एक अंश देने का ही निर्देश किया जाय। यह बेचान उस अवस्था में किया जाता है जबकि बैंक के अधिकारी को या तो कुछ रकम पहले ही भुगतान या अन्य रूप में दी गई हो या किसी कारण से बैंक की कुछ रकम का एक अंश ही भुगतान करना हो। ऐसे बेचान से बेचानकर्ता, देनदार बैंक तथा बेचान प्राप्त सभी को झूठ होता है, इसलिए ऐसे बेचान का चलन नहीं है।

सतीशचन्द्र मीतल को या आदेशानुसार

केवल दो सौ रुपये दीजिए

सुरेशचन्द्र सक्सेना

शर्त युक्त बेचान—यह है जिसमें किसी शर्त के पूरा होने पर ही भुगतान करने का निर्देश हो। हमने बैंक की परिभाषा करते समय आपको यह बताया था कि बैंक एक शर्त रहित आज्ञा-पत्र है और बैंक केवल शर्त रहित आदेश के पालन करने के लिये ही उत्तरदायी है। अतः शर्तयुक्त बेचान देने वाले बैंक का भुगतान देने के लिए बैंक मना कर सकता है।

मनीशचन्द्र मोतल की दीजिये
यदि वे आपको विल्टी दे दें
मुरेशचन्द्र सक्सेना

दायित्व रहित वेचान—जब चेक पर वेचान किया जाता है तो चेक का भुगतान मिलने पर यदि चेक रखन वाला व्यक्ति अपने वेचानकर्त्ता में उसका भुगतान करने के लिए कहे तो वह ऐसा कर देगा। यदि कोई वेचानकर्त्ता अपने इस दायित्व से मुक्त होना चाहता है तो वह अपने हस्ताक्षरों में 'बिना मेरे दायित्व के' (Without recourse to me) लिखकर भुक्त हो सकता है। ऐसे वेचान को 'दायित्व रहित वेचान' कहते हैं।

चेक को रेखांकित करना (Crossing a Cheque)

रेखांकन की आवश्यकता

वाहक चेक का भुगतान कोई भी व्यक्ति (जो उसे बैंक में उपस्थित करे) ले सकता है लेकिन आदेशानुसार चेक का भुगतान प्रत्येक व्यक्ति को नहीं मिलता। केवल वही व्यक्ति, जिसका कि नाम चेक में दिया गया है या जिसने इस व्यक्ति से आदेश ले लिया है, उस चेक का भुगतान ले सकता है। इस तरह यह साफ प्रगट है कि वाहक चेक आदेशानुसार बैंक से कम सुरक्षित है। लेकिन आदेशानुसार चेक में इस बात का उल्लेख है कि कोई गलत व्यक्ति बेईमानी से बैंक की हथिया कर जाली वेचान दिखाकर बैंक से रकम प्राप्त न कर ले, क्योंकि बैंक तो प्राप्तकर्त्ता या वेचानकर्त्ता के हस्ताक्षरों से परिचित होता नहीं। बैंक की टाक (1) भेजते समय ऐसा खतम बहुत रहता है। अतः इस बात की आवश्यकता है कि 'चेक' अधिक सुरक्षित बनाया जाय। व्यक्ति सुरक्षित बनाने के लिए चेकों को रेखांकित किया जाता है।

रेखांकन का अर्थ और उसका प्रभाव

किसी चेक पर दो समानान्तर तिरछी रेखाएँ बिना कुछ शब्दों के अथवा कुछ शब्दों सहित खींच देना ही 'चेक को रेखांकित' करना कहते हैं और ऐसा चेक जिस पर रेखांकन किया गया हो रेखांकित चेक (Crossed Cheque) कहलाता है। ७

७. जिन चेकों पर किसी प्रकार का रेखांकन नहीं है या रेखांकन यदि था तो लेखक ने उसे काट कर 'नगद दीजिए' लिखकर अपने हस्ताक्षर कर दिए हैं, उन्हें खुले चेक (Open Cheque) कह सकते हैं। इनका भुगतान बैंक से नगद उम्मीद सिद्धी पर मिल सकता है।

सं० १३५६२१

दिनांक—जनवरी १, १९६१

सिण्डल बैंक ऑफ इण्डिया लि०

आगरा ब्रांच

श्री सोहनलाल अग्रवाल को या आदेशानुसार
बेचल पाँच सौ पच्चीस रुपए दीजिए।

मोहनलाल

₹० ५२५ ००

G

बैंक को रेखांकित करने का यह प्रभाव होता है कि प्राप्तकर्ता या बेचानपात्र या कोई अन्य धारक उसका भुगतान नगद बैंक की लिडकी पर नहीं से सकता। उसे बैंक का भुगतान किसी बैंक के द्वारा मिलेगा। यदि उसका उमी बैंक या किसी अन्य बैंक में खाता खुला है, तो यह बैंक उस खाते में संग्रह के लिए जमा कर देना चाहिए। यह बैंक देनदार बैंक में रुपए लेकर उसके खाते में जमा कर देगा और तब वह अपने खाते से अलग बैंक काट कर रुपया निकाल सकता है। यदि प्राप्तकर्ता या बेचान-पात्र अथवा धारक वा किसी बैंक में खाता नहीं है तो उसे किसी ऐसे परिचित व्यक्ति को खोजना पड़ेगा, जिसका बैंक में खाता हो, क्योंकि बैंक किसी अपरिचित व्यक्ति के लिए, जिसका खाता नहीं है, भुगतान संग्रह करने के लिए तैयार नहीं होते। अतः उसे अपना बैंक उस व्यक्ति को बेचान करके देना पड़ेगा, जो बदले में नगद रुपया दे देगा और वह व्यक्ति इस बैंक को अपने खाते में संग्रह के लिए जमा करा देगा।

इस तरह यदि कोई गलत व्यक्ति बैंक पर कब्जा प्राप्त कर ले और जाली बेचान करके देनदार बैंक से रुपया पाना चाहे, तो उसे वह बैंक किसी बैंक के द्वारा, जिसमें पुर उसका या उसके किसी परिचित व्यक्ति का खाता है, भुगतान के लिए भेजना होगा। जाँच होने पर इन बैंक से यह पता लग सकता है कि प्रमुख व्यक्ति के लिए बैंक का भुगतान लिया गया था और इस तरह उसे गिरफ्तार किया जा सकता है।

बैंक करेंसी नोटों की तरह कानूनी मुद्रा तो होते नहीं, अतः रेखांकित बैंक सेना प्रस्वीकार कर सकते हैं अथवा लेखक से यह प्रार्थना की जा सकती है कि वह खुना बैंक ही दे।

रेखांकन के भेद T

रेखांकन दो तरह का होता है—(१) साधारण रेखांकन और (२) विशेष रेखांकन। यदि बैंक को रेखांकित करते समय रेखाओं के बीच में किसी बैंक का नाम भी दे दें, तो इसे 'विशेष रेखांकन' (Special Crossing) कहते हैं। विशेष रूप से

रेखांकित चेक का स्वया केवल उम बैंक के द्वारा ही प्राप्त किया जा सकता है, जिसका नाम रेखाओं के अन्दर दिया गया है। यदि रेखाओं के बीच किसी विशेष बैंक का नाम न दिया जाय, तो उम रेखांकन को 'साधारण रेखांकन' (General Crossing) कहते हैं। साधारण रूप से रेखांकित चेक का स्वया किसी भी बैंक के द्वारा प्राप्त किया जा सकता है।

रेखांकन के अन्दर के कुछ शब्द

पभी-पभी रेखाओं के बीच में कुछ शब्द लिख दिय जाते हैं। ये शब्द दाना ही तरह के रेखांकन में प्रयोग किये जा सकते हैं। इसका अर्थ एवं प्रभाव नीचे बताया गया है।

'प्राप्तकर्ता के हिसाब में ही जमा करो' (Account Payee only)—इन शब्दों से देनदार बैंक को यह सूचना दी जाती है कि बैंक का स्वया प्राप्तकर्ता के हिसाब में ही जमा किया जाय। जब रेखाओं के बीच में इस तरह से शब्द लिखे हों तो देनदार बैंक का यह कर्तव्य है कि भुगतान लेने वाले बैंक से इस बात का आश्वासन ले ले कि वह बैंक का स्वया प्राप्तकर्ता को नगद न देकर अपने यहाँ खुले उसके हिसाब में ही जमा करेगा।

'एण्ड कंपनी' (& Co)—इन शब्दों को लिखना एक पुरानी प्रथा है। इनके लिखने का कोई महत्व नहीं है।

'रपयों से अधिक नहीं' (Under Rs)—ये शब्द देनदार बैंक को यह सूचना देने के लिये लिखे जाते हैं कि बैंक का भुगतान प्रमुक्त रकम से अधिक न हो। इसका उद्देश्य बैंक की रकम में जालसाजी का अवसर कम करना है। इन शब्दों का रेखांकन से कोई सम्बन्ध नहीं है।

'प्रविनिमय साध्य'—यदि रेखाओं के बीच 'प्रविनिमय साध्य' लिखा है, तो इसका यह अर्थ नहीं है (जैसा कि बहुत लोग समझते हैं) कि ऐसे बैंक का विनिमय या हस्तांतरण (transfer) नहीं हो सकता है। इसका केवल यह भाग्य है कि हस्तांतरण द्वारा बैंक पाने वाले व्यक्ति का बैंक पर ऐसा ही अधिकार (Title) होगा जैसा कि देने वाले का है। यदि देन देने का अधिकार दूषित है तो पाने वाले का अधिकार भी अपने आप दूषित होगा। साधारणतः बैंक, रिज यादि विनिमय साध्य रखते माने जाते हैं, जिनकी यह विशेषता है कि देने वाले का अधिकार ठीक माना जायगा यदि उसने (अ) पूर्ण विश्वास के साथ (in good faith), (आ) प्रतिफल (for consideration) और (इ) ठीक स्वरूप (complete form) में प्राप्त किया है, भले ही देने वाले का अधिकार दूषित क्यों न रहा हो।

उदाहरण के लिये, मुरेश सम्मोना ने श्री सनीशचन्द्र को एक रेखांकित चेक लिख कर दिया। मोहनदास बैंक सनीशचन्द्र के घर से चुरा ले जाता है तथा उम पर सनीशचन्द्र की ओर से किसी घनस्थान के पक्ष में जाली बेचान करके अपना नाम

रेखाकन के नमूने
सामान्य रेखाकन

१	२	३	४	५
	प्रविनिमय साध्य	पुत्र कल्पनी	प्रविनिमय साध्य एवं कल्पनी	बालीस रुपये के अन्तर्गत
६	७			
प्रविनिमय साध्य बालीस रुपये के अन्तर्गत	केवल पाने खाते के खाते में			

विशेष रेखाकन

१	२	३
संन्दृत बैंक लि०	संन्दृत बैंक लि० प्रविनिमय साध्य	संन्दृत बैंक लि० केवल पाने खाते के खाते में प्रविनिमय साध्य

घनद्वयाम चला कर किमी व्यापारी को खरीदे हुए मान के भुगतान में दे देना है। यह व्यापारी चैक का खया पाने के लिये उसे अपने बैंक में जमा करता है, जो देनदार बैंक से खया मग्रह करके उसके खाते में जमा कर देता है। जाँच होने पर पुलिस को यह पता लगता है कि देनदार बैंक से उस चोरी गये चैक का खया प्रमुक्त बैंक ने सग्रह किया है। इस बैंक से पूछताछ होने पर उसे मालूम हो जायगा कि खया प्रमुक्त व्यापारी के लिये प्राप्त किया गया था। मुकदमा चलाने पर यह व्यापारी निम्न बातें सिद्ध करके बच जायगा—कि उसने चैक पूर्ण विश्वास के साथ, प्रतिकर्ष में और ठीक स्वरूप में प्राप्त किया था। सरल शब्दों में, उसे यह सिद्ध करना पड़ेगा कि उसने चैक मूल्य देकर पाया था, उसे चोरी का पता न था और चैक पर बेबान प्रादि नियमित था। इस प्रकार सतीशचन्द्र की हानि उठानी पड़ेगी। उधर मोहन चैक के धन से भोज करेगा। शायद पुलिस उनके वास्तविक नाम व पते का पता भी न लगा सके। परन्तु जब चैक पर रेखाओं के बीच में 'प्रविनिमय साध्य' शब्द भी लिखा हो तो व्यापारी का यह तर्क नहीं मुना जायगा कि उन्होंने चैक पूर्ण विश्वास के साथ, प्रतिकर्ष में और ठीक स्वरूप में पाया है। उनका अधिकार दूषित ही माना जायेगा क्योंकि जिस व्यक्ति से उन्होंने चैक लिया है। उसका अधिकार भी दोषपूर्ण है। इस प्रकार व्यापारी चैक का खया सतीशचन्द्र को चुकाने के लिए बाध्य होगा और खुद मोहन से खया वसूल करने का अधिकारी होया यदि उसका पता लग जाय। अतः प्रविनिमय साध्य/रेखांकित चैक प्राप्तकर्ता के लिये अधिक सुरक्षित है। हमें किमी अपरिचित व्यक्ति से ऐसा चैक स्वीकार न करना चाहिए।

चैक के रेखांकन का अधिकार—निम्नलिखित व्यक्ति चैक पर रेखांकन निम्न प्रकार से कर सकते हैं —

(१) लेखक चैक पर विशेष या साधारण रेखांकन कर सकता है।

(२) यदि चैक रेखांकित न हो, तो उसका धारक उस पर साधारण या विशेष रेखांकन कर सकता है।

(३) यदि चैक पर पहले में ही साधारण या विशेष रेखांकन हो रहा है तो धारक 'प्रविनिमय साध्य' शब्द जोड़ सकता है।

(४) यदि किमी चैक पर साधारण रेखांकन हो रहा है तो धारक उस पर किसी बैंक का नाम जोड़कर उसे विशेष रेखांकन बना सकता है।

(५) यदि किमी चैक पर विशेष रेखांकन हो रहा है तो वह बैंक, जिसके पक्ष में चैक इस प्रकार रेखांकित किया है, उसे पुनः किसी अन्य बैंक को सग्रह के लिये विशेष रूप से रेखांकित कर सकता है।

(६) यदि कोई चैक सादा (uncrossed) है अथवा जिस पर साधारण रेखांकन हो रहा है, किमी बैंक को सग्रह के लिये भेजा जाय तो वह उसे अपने पक्ष में विशेष रूप से रेखांकित कर सकता है।

रेखांकन का रद्द करना—यदि लेखक किसी रेखांकन को रद्द करना चाहे तो वह उस चैक पर लिखी हुई रेखाओं को काट कर 'नगद भुगतान कीजिए' (Pay Cash) शब्द लिख कर अपने हस्ताक्षर करके ऐसा कर सकता है। ऐसा हो जाने पर उसे एक सादा एव वाहक चैक समझा जावेगा अर्थात् जो व्यक्ति चैक को बैंक की लिडको पर भुगतान के लिए प्रस्तुत करेगा उसे नगद दे दिया जायेगा। प्राप्तकर्ता (Payee) को रेखांकन के रद्द करने का अधिकार नहीं है। यदि उसका किसी बैंक में खाता नहीं है तो वह लेखक से अपनी सुविधा के लिये रेखांकन रद्द करा सकता है। यदि किसी बैंक ने चैक को वसूल करने के लिये उस चैक का रेखांकन कर दिया है तो वह उस रेखांकन को चैक की पोट पर "Our all stamps cancelled" शब्द लिख करके रद्द कर सकता है।

रेखांकित चैक और बैंक

बैंकर को रेखांकित चैक का भुगतान करते समय यह देख लेना चाहिए कि वह किसी बैंक के द्वारा ही संग्रह के लिए भेजा हो। यदि चैक पर विशेष रेखांकन है, तो उसे उस विशेष बैंक को ही भुगतान करना चाहिए जिसका नाम रेखाओं में दिया है। यदि वह रेखाओं की अवहेलना करता है तो उसे ग्राहक के प्रति उसकी हानि भरने के लिए दायी होना पड़ेगा। यदि किसी बैंक पर रेखांकन इस प्रकार मिट सा गया है कि साधारण निगाह डालने से यह पता नहीं चलता कि उस पर कोई रेखांकन है भी या नहीं और बैंकर निर्दोष भाव से उसका भुगतान कर देता है तो वह किसी हानि के लिए दायी न होगा। इसी प्रकार रेखांकित चैक का स्वयं संग्रह करने वाला बैंक भी हानि के लिए दायी न होगा यदि वह अपने ग्राहक के लिये (जो वास्तविक प्राप्त अधिकारी नहीं है) निर्दोष भाव से बिना लापरवाही के और अपने कार्य की साधारण प्रगति में उस चैक का धन संग्रह कर लेता है।

चिह्नित चैक (Marked Cheque)—चिह्नित चैक वह है जिस पर देनदार बैंक ने हस्ताक्षर कर दिया है। अपना हस्ताक्षर करके बैंक यह प्रगट करता है कि उसके पास लेखक के जमा में पर्याप्त धन है और जब चैक भुगतान के लिये प्रस्तुत किया जायगा तो वह आदरित (Honoured) होगा। कभी-कभी बैंक ये शब्द भी लिख देते हैं "भुगतान के लिए ठीक यदि वह के पहले प्रस्तुत कर दिया जाय" "Good for payment if presented before"। चैक के चिह्नित करने का प्रभाव यह है कि लेखक की साख के साथ बैंक की साख जुड़ जाने के कारण वह (बैंक) अधिक विश्वास प्रोप्त हो जाता है। चैक को लेखक या किसी धारक या प्राप्तकर्ता प्रथवा किसी संग्रह करने वाले बैंकर को प्रार्थना पर चिह्नित किया जाता है। यदि चैक लेखक की प्रार्थना पर चिह्नित किया गया है तो लेखक उसका भुगतान नहीं रोक सकता है और यदि वह ऐसा करता है तो उसे बैंक को, उस चैक का भुगतान रोकने के कारण जो क्षति उठानी पड़े, वह भरनी पड़ेगी। धारक की प्रार्थना पर चैक चिह्नित करना भारत में अधिक प्रचलित नहीं है। ऐसी दशा में चिह्नित करने का

बैवल यह साध्य होता है कि बैंकर के पास लेखक का पर्याप्त धेप है। धारक के लिए तो यह थोड़ा होगा कि वह बैंकर से बैंक के बदले में एक बैंक ट्राफ्ट ले ले। सग्रहकर्ता बैंक की इच्छा पर बैंक चिन्हित करना बहुत प्रचलित है। जब कोई बैंक सामान्य प्रगति में दिन के दौरान में निरादारे के लिये बहुत देर से प्राप्त हुआ हो तो सग्रह करने वाला बैंकर देनदार बैंक से बैंक के चिन्हित करने की प्रार्थना कर सकता है। ऐसी दशा में बैंक पर चिन्ह करने का अभिप्राय साचेतिक भुगतान होगा क्योंकि इससे देनदार बैंक पर यह दायित्व आ जाता है कि वह बैंक की प्रस्तुति पर उसका भुगतान करदे। इस दशा में लेखक भी भुगतान नहीं रोक सकता।

विकृत बैंक (Mutilated Cheque)—जब अधिक समय हो जाने के कारण या कभी-कभी धोखे से धब्बा पड़ने से बैंक का पार्श्व भङ्ग या अपटनीय हो जाता है। वह कट-फट या मुड़नुड़ भी जाता है। ऐसे विकृत बैंक का भुगतान करने से बैंक मना कर देता है। यदि किसी फटे बैंक के टुकड़ों को एक साथ मिलाकर चिपका दिया जाय और उस पर लेखक यह लिख दे कि 'धोखे से फट गया' (Accidentally torn) तो बैंक उस बैंक का भुगतान कर देगा बस बैंक की कमसरवा, हस्ताक्षर व धनराशि प्रादि बातें स्पष्ट पढ़ी जा सकती हों। धब्बे प्रादि के कारण विकृत हुए बैंक का भुगतान भी इसी प्रकार यदि उपर्युक्त बातें स्पष्ट हैं तो हो जाता है। नहीं तो पाने वाला ऐसे बैंक को फिर से लेखक से लिखा सकता है।

कोरा बैंक (Blank Cheque)—कभी-कभी लेखक को किसी ऋण की ठीक और पूरी रकम पता नहीं होती और वह उसका भुगतान करने के लिये बैंक भेजना चाहता है तो ऐसी दशा में वह साधारण ढंग से एक बैंक लेनदार या प्राप्ति-प्रधिकारी के पक्ष में लिखता है किन्तु रकम का स्थान नहीं भरता, जिससे प्राप्तकर्ता उसमें जो रकम सही हो वह स्वयं भरले। कही प्राप्तकर्ता रकम भरने में धोखा न करे इसकी सावधानी के लिये वह बैंक पर अनुमान से एक अधिकतम सीमा बैंक के ऊपरी कोने में या देवागो के अन्दर निम्न देता है। भुगतान की रकम इसमें अधिक नहीं होगी, जैसे 'पाँच सौ रुपये से कम' या 'पाँच सौ रुपये से अधिक नहीं' (Not over five hundred rupees)। ऐसे बैंक को कोरा बैंक कहते हैं। बैंकर को भुगतान करते समय यह देख लेना चाहिए कि बरी हुई रकम इस अधिकतम सीमा से अधिक न हो।

बैंक का भुगतान लेना

किसी बैंक का रखने वाला (Holder) भुगतान पाने के लिये निम्न में से किसी एक मार्ग को अपनाना सकता है —

(अ) यदि बैंक रेखांकित नहीं है तो वह देनदार बैंक के पास स्वयं या अपने किसी चपरासी को भुगतान लाने के लिये भेज सकता है। छिड़की पर बैंक प्रस्तुत करने पर बैंक से एक प्रमाण-चिन्ह (Token) प्राप्त होगा। वह बैंक विभिन्न अधिकारियों के पास होता हुआ कैंशियर के पास भुगतान की आज्ञा के साथ आ जावेगा। प्रमाण-चिन्ह देने पर कैंशियर बैंक के रुपये गिन देगा।

(घा) यदि चैक रेखांकित है, तो उसका भुगतान उक्त प्रकार खिडकी पर नहीं मिल सकता। उसे किसी बैंक के द्वारा सग्रह करना होगा। यदि चैक सामान्य रूप से रेखांकित है तो वह किसी भी बैंक के द्वारा सग्रह किया जा सकता है और यदि वह विशेष रूप से रेखांकित है तो उसका उम बैंक के द्वारा ही सग्रह हो सकता है जिसका नाम चैक पर रेखाओं में दिया हो। यदि प्राप्ति अधिकारी का बैंक में खाता है तो वह उसे अपने खाते में जमा कर सकता है। यह बैंक या तो (यदि चैक पर साधारण रेखांकन है) स्वयं देनदार बैंक से भुगतान लेकर प्राप्त रकम ग्राहक के खाते में जमा कर देगा या (यदि चैक पर विशेष रेखांकन है) उम विशेष बैंक को सग्रह के लिये दे देगा और जो रकम उसे प्राप्त हो वह अपने यहाँ जमा करने वाले ग्राहक के खाने में जमा कर देगा।

(इ) यदि चैक रखने वाले व्यक्ति का बैंक में खाता नहीं है तो वह रेखांकित चैक अपने किसी परिचित व्यक्ति को बेवान कर उसमें नकद खर्चा से मक्ता है और यह परिचित व्यक्ति अपने खाते में उसे सग्रह के लिए भेज सकता है।

(ई) यदि चैक रखने वाला व्यक्ति किसी अन्य व्यक्ति के प्रति ऋणी है तो वह उसे भुगतान में चैक दे सकता है। यदि चैक भादेशानुसार है तो केवल सुपुर्दगी ही पर्याप्त न होगी उम पर बेवान करना भी आवश्यक है।

चैक, हुंडी आदि बैंक के द्वारा वसूल कराने पर ग्राहक से कुछ कमीशन लिया जाता है। यह कमीशन प्रायः प्रति सौ खर्चा पर ४ आना है। स्थानीय बैंकों पर उक्त मेवा के लिए कोई कमीशन नहीं लिया जाता।

यह आवश्यक है कि चैक को भुगतान के लिये देनदार बैंक के समक्ष उचित समय के भीतर प्रस्तुत कर दिया जाय। यदि ऐसा नहीं किया गया और इस बीच बैंक दिवालिया हो जाना है, तो प्राप्ति-अधिकारी लेखक को उम रकम के लिये दायी नहीं ठहरा सकता। वह बैंक का देनदार समझा जायगा और बैंक की सम्पत्ति में से अन्य लेनदारों के साथ प्रानुपानिक भाग वसूल पाने का अधिकारी होगा। हाँ, यदि ग्राहक के खाने में, जिस पर चैक लिया गया है, पर्याप्त धन नहीं है या ग्राहक का उस बैंक में कोई खाता ही नहीं था तो अवश्य वह लेखक से चैक की रकम वसूल करने का अधिकारी होगा।

ग्राहक और बैंकर का पारस्परिक सम्बन्ध

ग्राहक और बैंकर का सम्बन्ध परस्पर एक ऋणी और ऋणदाता के समान है। जब कि ग्राहक का अपने खाने में जमा शेष हो, बैंकर उसका ऋणी होता है और ग्राहक ऋणदाता। परन्तु यदि ग्राहक ने अपने खाते में से जमा से अधिक रकम निकाल ली है तो ग्राहक ऋणी और बैंकर ऋणदाता बन जाता है। बैंकर ग्राहक के जमा किए गये धन का ट्रस्टी नहीं है जो उसे अपने लाभ का हितान ग्राहक को देना पड़े। वस्तुतः जब ग्राहक अपना धन बैंकर के पास जमा कराता है तब वह धन उसका नहीं रहता और बैंकर केवल इस बात के लिये ही दायी है। वह ग्राहक को उतना धन

जमा की शर्तों के अनुसार निकालने दे। चालू खाते के अन्तर्गत बैंकर ग्राहक के धन की उमसे लिखे गये चेकों की प्रतिष्ठा करने बाधित करने के लिए बाध्य है। वह ग्राहक के चेक का भुगतान करने से मना नहीं कर सकता जब तक कि उनके पास इस मनाही के लिये पर्याप्त कारण न हो, अन्यथा उस पर ग्राहक हज़ाने का दावा कर सकता है क्योंकि चेक के अप्रतिष्ठित होने से ग्राहक की सारा पर धक्का लगता है। इसके साथ ही बैंकर ग्राहक के दिये हुए आदेशों की अवहेलना भी नहीं कर सकता। यदि वह ऐसा करता है तो उसे ऐसे चेक की रकम से ग्राहक के खाते की नाम करने का अधिकार नहीं होगा।

यह आशा की जाती है कि बैंकर अपने ग्राहकों के हस्ताक्षर से सभी प्रकार परिचित होगा। अतः यदि वह ऐसे चेक का जिन पर लेखक के जानी हस्ताक्षर हो रहे हैं, भुगतान कर देता है, तो इसकी हानि बैंक को उठानी होगी। परन्तु बेचान के सम्बन्ध में ऐसी बात नहीं है। बैंक में यह आशा नहीं की जा सकती कि वह चेक के प्रत्येक बेवानकर्ता के हस्ताक्षर से भी परिचित होगा। उसे इसका देख लेना ही पर्याप्त होगा कि बेचान नियमित है या नहीं।

ग्राहक और उसके बैंकर के बीच जो व्यवहार होने है वे व्यक्तिगत माने जाते हैं अतः बैंकर का यह कर्तव्य है कि वह ग्राहक के खाते की दशा अग्र्य लोगों पर प्रगट न करे जब तक कि कोई न्यायालय ऐसा करने के लिए उसे आदेश न दे। अपने ग्राहक की प्रार्थना पर भी वह ऐसा कर सकता है।

चेक-का अनादर (Dishonour of Cheque)

देनदार बैंक अपने ग्राहक के एजेंट के रूप में कार्य करता है अतः जब कभी उस पर ग्राहक कोई चेक लिखे तो उसका भुगतान करना बैंक के लिए अनिवार्य है परन्तु कभी-कभी बैंक चेक को बिना भुगतान किए ही लौटा देते हैं। इसे चेक का अनादर कहते हैं। बैंक ऐसा तभी करते हैं जब उसके लिए पर्याप्त कारण हो। जिन कारणों से बैंक भुगतान नहीं करता उनका उस पर उल्लेख कर बाधित लौटा देना है। बैंक निम्नलिखित कारणों में ऐसा करते हैं —

(१) यदि लिखने वाले के खाते में चेक के भुगतान के लिये पर्याप्त धन न हो। इस दशा में बैंक चेक पर 'अपर्याप्त रकम' (I/F or Insufficient Fund) अथवा 'लिखने वाले से मिलिये' (R/D or Refer to Drawer) अथवा 'रकम नहीं' (No Fund) लिख कर लौटा देता।

(२) यदि चेक के शब्दों और अंकों में लिखे दूधे धन में अन्तर हो। इस दशा में बैंक, 'शब्दों और अंकों में भिन्नता' (Words and Figures Differ) लिख कर लौटा देता। बैंक चाहे तो शब्दों में लिखा दृष्टा धन दे सकता है परन्तु प्रायः वह ऐसा नहीं करता।

(३) यदि लिखने वाले ने चेक का भुगतान रोकने की लिखित आज्ञा दी हो।

इस दशा में बैंक चेक पर 'भुगतान - रोक रखा' (Payment Stopped) लिख कर लौटा देगा ।

(४) यदि चेक पर ६ महीने पूर्व की तिथि पड़ी हो । इस दशा में बैंक 'बासी चेक' (Stale Cheque) लिखकर चेक लौटा देगा ।

(५) यदि चेक पर आगे आने वाली तिथि पड़ी हो । इस दशा में बैंक 'आगामी तिथि' (Post Dated) शब्द लिखकर चेक लौटा देगा ।

(६) यदि चेक पर बेचान लिखते समय कोई अशुद्धि हो गई हो । इस दशा में बैंक चेक पर 'बेचान अनियमित' (Endorsement Irregular) लिख कर लौटा देगा ।

(७) यदि चेक में कोई परिवर्तन कर दिया गया हो और उस पर लेखक के हस्ताक्षर नहीं हो । इस दशा में बैंक 'परिवर्तन के लिये लेखक के हस्ताक्षर आवश्यक' (Alteration requires Drawer's Signatures) लिख कर चेक लौटा देगा ।

(८) यदि लिखने वाले के चेक पर किये गये हस्ताक्षरों और नमूने के हस्ताक्षरों में भिन्नता हो । इस दशा में बैंक 'लिखने वाले के हस्ताक्षर ठीक नहीं', (Drawer's Signature Differs) शब्द लिखकर चेक वापिस लौटा देगा ।

(९) यदि चेक के लिखने में कोई चीज छूट गई हो । इस दशा में वह 'अपूर्ण' (Incomplete) लिख कर चेक लौटा देगा ।

(१०) यदि चेक विकृत हो गया हो । इस दशा में बैंक चेक पर 'फटा चेक' (Mutilated) शब्द लिख कर वापिस कर देगा ।

(११) लिखने वाले के द्वारा सप्रह के लिये जमा कराये गये चेक अभी वसूल न हो पाये हो । इस दशा में बैंक 'रकम अभी सप्रह नहीं हुई' (Effects not cleared) लिखकर चेक लौटा देगा ।

(१२) बैंक लिखने वाले का खाता ही बैंक में न हो । इस दशा में बैंक चेक पर 'खाता नहीं' (Not Account) लिख कर चेक लौटा देगा ।

(१३) यदि लेखक ने प्रपन्ना खाता बन्द कर दिया हो । इस दशा में बैंक 'खाता बन्द' (Account Closed) शब्द लिखकर चेक लौटा देगा ।

(१४) यदि बैंक को लेखक की मृत्यु का समाचार मिल गया हो । इस दशा में बैंक 'लिखने वाला मर गया' (Drawer deceased) शब्द लिख कर चेक वापिस कर देगा ।

(१५) यदि बैंक को चेक के लिखने वाले के दिवालिया अथवा पागल हो जाने की सूचना मिल गई हो । इस दशा में बैंक चेक पर 'लेखक दिवालिया हो गया है' अथवा 'पागल हो गया है' (Drawer Declared Insolvent or Insane) लिखकर लौटा देगा ।

(१६) यदि ग्राहक के अन्य खातों में तो पर्याप्त धन जमा है परन्तु चालू खाते

मे पर्याप्त धन न हो। इस दशा में बैंक 'अव्यव नहीं है' (Not arranged for) शब्द लिख कर लौटा देगा।

(१३) यदि बैंक को सरकार द्वारा यह आदेश (Garnishee order) मिल गया हो कि वह ग्राहक के खाते में से आगे रकबा न दे। ऐसा आदेश किसी ऋणदाता द्वारा अदालत में प्रार्थना-पत्र देकर प्राप्त किया जा सकता है। उदाहरण के लिये; राम रमेश का ५०० रु० से ऋणी है। राम के विरुद्ध डिग्री प्राप्त हो जाने के बाद रमेश को यह सुनने में आता है कि राम का सेन्ट्रल बैंक में खाता है जिसमें १,००० रु० शेष है। न्यायालय से ऐसा आदेश जारी करने की प्रार्थना कर सकता है जिसमें बैंक को यह निर्देश किया गया हो कि वह डिग्री और खर्च का रकबा न्यायालय में जमा करा दे। यह आदेश लेकर ऋणदाता बैंक को भेज देता है और ऋणी का खाता कुर्क (attach) हो जाता है। उक्त आदेश बालू खाते के सम्पूर्ण शेष पर लागू होता है। वह ऋणी के स्थायी जमा खाते पर भी लागू होगा यदि उसने उसके खाते से लेने की सूचना बैंक को दे दी है। हाँ, बैंक आदेश जारी करने की तिथि पर अपने जो ऋण या खर्च ग्राहक पर हो उन्हें उसके जमा शेष को काट सकता है।

बैंकों की उपयोगिता

बैंकों के बढ़ते हुए प्रयोग ने वार्षिक ससार को बहुत लाभ पहुँचाया है, जिसका विवरण इस प्रकार है —

(१) बैंक द्वारा भुगतान एक स्थान से दूसरे स्थान को बहुत ही कम व्यय पर भेजा जा सकता है।

(२) स्थानीय भुगतानों में भी बैंकों के प्रयोग से सुविधा हो जाती है। मगधी गिन कर और परत कर लेने-देने की झगड़ बच जाती है। मगधी गिनने व परतने की झगड़ नोटों के प्रयोग से कम अवश्य हो जाती है किन्तु पूर्ण नहीं, क्योंकि सभी भुगतान पूर्ण संपादनों के नहीं होते। अतः कुछ न कुछ रुपये धाने, पैसे आदि का भुगतान नोटों के साथ करना ही पड़ता है। लेकिन बैंक पर देव धन जितना होता है ठीक उतना ही लिखा जा सकता है।

(३) बैंक एक व्यापारी से दूसरे व्यापारी को धूमता हुआ कई सौदे तय करता है। इस तरह करेन्सी (सरकारी मुद्रा) बच जाती है। इसके अनिश्चित जो बैंक रखने वाला भुगतान लेना भी चाहता है वह प्रायः उसे अपने बैंक खाते में सग्रह के लिये जमा कर देता है। यह सग्रह करने वाला बैंक भी देनदार बैंक से ऐसे सौदे बैंकों का रकबा नकद नहीं लेता अपितु उन बैंकों से बराबर कर लेता है जो उस देनदार बैंक को भी इसी प्रकार उस सग्रह करने वाले बैंक से सग्रह करना हो। इस प्रकार बिना करेन्सी के लाखों रुपये का भुगतान होता रहता है।

(४) बैंक द्वारा भुगतान करने से आगे चलकर बेईमानी की सम्भावना कम हो जाती है। भुगतान बाने वाला इस बात से इन्कार नहीं कर सकता है कि उसे भुगतान नहीं मिला, क्योंकि बैंक में पास बुक और ग्राहक के पास बैंक की प्रतिलिपि

उस भुगतान की साखी देती है। बैंक से भुगतान करने में अलग रसीद लिखने की आवश्यकता नहीं रहती।

(५) बैंक सुरक्षित होते हैं। यदि हम अपने माघ सिक्के या नोट बांध कर बाहर ले जायें तो चोरी होने या लुट जाने का भय है किन्तु बैंक पर जब तक जिसका बैंक में खाता है उसके हस्ताक्षर नहीं होंगे उसका कोई मूल्य नहीं, इसलिए बैंक की चोरी नहीं होगी। यदि हो भी जाय तो उस पर जाली हस्ताक्षर बनाना कठिन है। यदि बैंक द्वारा बाहर भुगतान भेजें तो रेखांकन कर देने से सब आणका समाप्त हो जाती है।

(६) बैंक से भुगतान भेजने में समय भी कम लगता है।

अभ्यास के प्रश्न

- १ बैंक की परिभाषा लिखिए और इनके आवश्यक लक्षणों पर प्रकाश डालिए।
- २ बैंक लिखते समय किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है और क्यों? एक प्रादेशानुसार बैंक का नमूना दीजिए और प्रति और प्रतिपत्नी दोनों भर कर दिखाइए?
- ३ बेचान से आप क्या समझते हैं? यह किस प्रकार से किया जा सकता है? उदाहरण देकर समझाइए।
- ४ क्या बेचान करना आवश्यक है? बेचान करते समय किन नियमों का ध्यान रखना चाहिए?
- ५ रेखांकन क्यों किया जाता है? किसी रेखांकित बैंक का रूप आप कैसे प्राप्त करेंगे?
- ६ अविनिमय साध्य रेखांकन से क्या अभिप्राय है? इससे बैंक सुरक्षित हो जाता है, उदाहरण देकर समझाइए।
- ७ बैंक पर रेखांकन कौन-कौन कर सकता है? बैंक पर रेखांकन कैसे रह किया जा सकता है?
- ८ निम्न पर सक्षिप्त नोट लिखिए —
विहित बैंक, कोरा बैंक, कटा-फटा बैंक एवं विशेष रग्नांकन।
- ९ बैंक के प्रयोग से क्या लाभ हैं?
- १० बैंक का भुगतान कैसे लिया जा सकता है? क्या बैंक बैंक का अनादर भी कर सकता है?
- ११ एक व्यापारी रेखांकित बैंक से क्या लाभ उठाता है?
- १२ संक्षेप में उन दशाओं का उल्लेख कीजिए जिनमें बैंक बैंक के पूर्ण होते हुए तथा लेखक के नाम काफ़ी जमा होते हुए भी बैंक का भुगतान करने से इंकार कर सकता है।

१३. निम्नलिखित द्वाधों में चैक का भुगतान कर देने से बैंक का क्या उत्तरदायित्व है ?

(क) जबकि लेखक का हस्ताक्षर जाली हो ।

(ख) जबकि चैक पर का बेचान-लेख जाली हो ।

(ग) जबकि वह रेखांकित है और उसका भुगतान खिडकी पर कर दिया हो ।

१४. रेखांकन का क्या अर्थ होता है ? चैक को रेखांकित करने की विभिन्न रीतियाँ लिखिये तथा यह समझाइये कि प्रत्येक दशा में रेखांकन का क्या प्रभाव होता है ?

१५. चैक के बेचान से आप क्या समझते हैं ? विभिन्न प्रकार के बेचानों को समझाइए ।



हुन्डी एवं प्रोनोट (Hundi and Pronote)

प्रस्तुत अध्याय में हुण्डी एवं प्रोनोट तथा अन्य चरको पर प्रकाश डाला गया है, जो व्यापार व्यवसाय में प्रायः प्रयोग किये जाते हैं।

हुन्डी (Hundi)

हुण्डी का अर्थ

पिछले एक अध्याय में हमने सापको बिलो के बारे में बताया था। बिल से ही मिलती-जुलती हुन्डियाँ हैं, जो प्रायः हिन्दी या भुडिया में लिखी जाती हैं। हुन्डी वास्तव में भारतीय बिल ऑफ एक्मचेन्ज है जिसका भारतीय व्यापारी, महाजन आदि बहुत प्रयोग करते हैं। इसकी शब्द रचना सब प्रांतों में लगभग समान है।

बिलो और हुन्डियों में समानता की निम्न बातें हैं :—

- (१) दोनों में तीन पक्ष होते हैं।
- (२) दोनों माँग पर देन भयवा मियादी हो सकते हैं।
- (३) दोनों पर स्टाम्प एक ही प्रकार से लगते हैं।
- (४) दोनों बट्टे पर भुनाई जाती हैं।
- (५) दोनों का बेचान हो सकता है।
- (६) दोनों में रियायती दिन देने की प्रथा है।

हुन्डी के भेद—समय की दृष्टि से हुन्डियाँ दो प्रकार की होती हैं :—

- (१) मिति हुन्डी—जो एक निदिष्ट अवधि के पश्चात् देय होती है। यह अवधि प्रायः ६० या ६१ दिन की रखी जाती है। बिल की भाँति कुछ अनुग्रह दिवस भी प्रदान किये जाते हैं, इन्हें ग्रेस कहते हैं। यह एक दिन

से लेकर ११ दिन तक होते हैं। इस पर घन राशि के अनुसार स्टाम्प लगाना पड़ता है।

(२) दर्शनी हुन्डी—जो माँग पर देय है। इन पर स्टाम्प लगाने की आवश्यकता नहीं होती।

पाने वाले की दृष्टि से हुन्डी के निम्न भेद हो सकते हैं :—

(१) साहजोग हुन्डी—जिसका भुगतान केवल साह के द्वारा होता है। प्रत्येक बाजार में कुछ व्यक्ति साह माने जाते हैं। यह कुछ रेखांकित चेक के समान हैं।

साह का अर्थ है महाजन या साहकार, जिसका बाजार में मायिक दृष्टि से सम्मान हो। इस व्यक्ति के द्वारा भुगतान करने पर भुगतान करने वाले की जिम्मेदारी गलत व्यक्ति को भुगतान हो जाने की दशा में कम हो जाती है क्योंकि साह के बीच में होने के कारण साक्षी रहती है और यह सरलता से पता लग जाता है कि भुगतान किस व्यक्ति ने लिया। अपनी प्रतिष्ठा की रक्षा करने के लिए साह कभी भी किसी अनजान व्यक्ति को भुगतान दिलाने की चेष्टा नहीं करेगा। जबकि रेखांकित चेक का रपवा बैंक भुगतान लेने वाले के खाते में जमा कर लेता है, ऐसी हुन्डी का रपवा उसी समय साह की साक्षी पर चूका दिया जाता है।

(२) नामजोग हुन्डी—इसका भुगतान केवल उस व्यक्ति को ही किया जाता है, जिसका नाम इसमें लिखा हो। भुगतान करने वाले को देख लेना चाहिये कि वह वास्तविक अधिकारी को भुगतान कर रहा है या नहीं। अनुचित भुगतान करने पर उसे हानि उठानी पड़ेगी।

(३) फरमान जोग हुन्डी—इसका भुगतान उस व्यक्ति को, जिसका नाम हुन्डी में निर्दिष्ट किया गया है, या उसके फरमान (प्रादेश) के अनुसार दिया जायगा। यह माईंग दिन या चेक की भाँति है। इस पर बेचान की आवश्यकता होगी।

(४) बेलनहार हुन्डी—इसका भुगतान वाहक को किया जायगा। इस पर बेचान की आवश्यकता नहीं है। जिस तरह बिल 'वाहक' और 'माँग पर देय' एक साथ नहीं हो सकता उसी प्रकार हुन्डी भी दर्शनी और बेलनहार एक साथ नहीं हो सकती।

जोखमी हुन्डी

बिल की भाँति हुन्डी भी एक शर्त रहित आज्ञा-पत्र है परन्तु एक प्रकार की अन्य हुन्डी भी है जो शर्त-युक्त होती है। यह जोखमी हुन्डी कहलाती है। इसका भुगतान माल की सुनिश्चिता पर होता है। जोखमी हुन्डी विनिमय-साध्य पत्रों के अन्तर्गत शामिल नहीं की जाती। क्योंकि विनिमय-साध्य पत्र तो शर्त रहित होने से पहले जब यातायात के साधन, बीमा और बैंक आदि नहीं थे तब इसका प्रचलन बहुत था।

मिती हुण्डी का नमूना

टिकट

सिद्ध श्री आगरा शुभस्थान भाई सतीशचन्द्र लिखी ग्वालियर से सुरेशचन्द्र की राम राम वचना । आगे हुण्डी कीनी नग १ आपके ऊपर दिया रुपया ५००, अकेन पाँच सौ के नीमे दो सौ पचास के दूने पूरे देना । यहाँ रखे भाई मूरज प्रसाद के मिति पौस बदी ८ से दिन ६० पीछे नाम शाह जोग हुण्डी चलन कलदार देना ।

हुण्डी लिखी मिति पौस बदी २ सन्वत् २०१२

सुरेशचन्द्र

इस हुण्डी के लिखने वाले (Drawer) ग्वालियर के सुरेशचन्द्र है और यह आगरा के सतीशचन्द्र के ऊपर लिखी गई है । हुण्डी की रकम ५०० रु० है जिसके पाने वाले (Payee) मूरजप्रसाद है । हुण्डी की मियाद ६० दिन है जो पौस बदी २ सम्बत् २०१२ से गिने जायेंगे । इसकी स्वीकृति भी बिच की तरह आवश्यक होगी । नीचे हम दर्शनी हुण्डी का नमूना देते हैं ।

दर्शनी हुण्डी का नमूना^१

सिद्ध श्री आगरा शुभस्थान भाई सतीशचन्द्र लिखी ग्वालियर से सुरेशचन्द्र की राम-राम वचना । आगे हुण्डी कीनी नग १ आपके ऊपर दिया रुपया ५००, अकेन पाँच सौ के नीमे दो सौ पचास के दूने पूरे देना । यहाँ रखे भाई मूरजप्रसाद के मिति पौस बदी ८ हुण्डी पहुँचे तुरन्त शाह जोग चलन बाजार ठिकाना लगाय चौकस कर दाम देना ।

हुण्डी लिखी मिति पौस बदी २ सन्वत् २०१२

सुरेशचन्द्र

१—हुण्डी की स्वीकृति उस पर हस्ताक्षर करके नहीं होती बरन् लेखपात्र उसका विवरण अपनी बही में लिख लेता है ।

२—दर्शनी एवं मिती हुण्डी की पीठ पर यह भी लिखा जायगा—
नीमे के नीमे रुपया सवा सौ के चौगुने पूरे रुपया चौकस कर देना ।

(५००)

श्री पन्नी भाई सतीशचन्द्र

आगरा

हुण्डी और बिल का अन्तर

बिल	हुण्डी
१—यह प्रायः अंग्रेजी में लिखा जाता है, और इसकी शब्द रचना विनियम-माध्य पत्रों के अधिनियम में दिये गये आदेशों के अनुसार होती है।	१—यह हिन्दी-मुडिया या अन्य किसी देशी भाषा में लिखी जाती है। इसकी शब्द रचना प्रचलित रीति रिवाज के अनुसार है।
२—यह व्यापारिक दाय में लिखी जाती है और ऐसे ही शब्द प्रयोग किये जाते हैं जो बहुत आवश्यक हों।	२—यह एक पत्र के रूप में, अभिवादन एक शिष्टाचार सम्बन्धी शब्दों के साथ, लिखी जाती है।
३—लेखक का नाम नीचे की ओर होता है।	३—लेखक का नाम हुण्डी के मुख्य भाग में अन्दर लिखा जाता है।
४—लेख-नाम का नाम नीचे बाईं ओर केवल एक बार ही लिखा जाता है।	४—लेख-नाम का नाम दो बार लिखा जाता है एक बार तो मुख्य भाग के अन्दर और दूसरी बार उसकी पीठ पर।
५—रकम दो बार लिखी जाती है—एक बार अक्षरों में ऊपर बाईं ओर और दूसरी बार शब्दों में मुख्य भाग के अन्दर।	५—रकम प्रायः पाँच बार लिखी जाती है। एक बार अक्षरों में, फिर शब्दों में, तत्पश्चात् उसका दूना करके पुनः पीठ पर कोष्ठक में अक्षरों में और अन्त में इनका चौगुना करके।
६—बिल का प्रयोग देशी और विदेशी दोनों प्रकार के ऋण चुकाने में होता है।	६—इसका प्रयोग केवल देशी व्यापार में भुगतान के लिये होता है।
७—यह हमेशा सार्न-रहित भाषा-पत्र होता है।	७—इसमें गर्त-युक्त भाषा हो सकती है जैसे कि जालमी हुण्डी में।
८—अप्रतिष्ठित होने पर नोटिंग और (यदि बिल विदेशी है तो) प्रोटेस्ट की जरूरत पड़ेगी।	८—अप्रतिष्ठित होने पर नोटिंग या प्रोटेस्ट की आवश्यकता नहीं है।

जिकरी चिट्ठी

विदेशी बिलों की भाँति हुण्डी में भी लेखगत्र (Drawee) के भुगतान न करने पर भुगतान करवा देने के उद्देश्य से लेखक प्राप्तकर्ता को किसी ऐसे व्यक्ति के नाम पत्र दे देता है, जो भुगतान कर दे। यह जिकरी चिट्ठी कहलाती है।

सकारना—इसका अभिप्राय हुएडी का उचित समय पर भुगतान करने से है।

भुगतान हो जाने के बाद हुएडी 'खोसा' कहलाती है।

खड़ा रखना—इसका अभिप्राय भुगतान न करने से है।

परिभाषा

प्रोनोट या प्रामिसरी नोट एक चर्न-रहित लिखित पत्र है। (बैंक भयवा करनेसी नोट के अतिरिक्त) जिसमें उसका लेखक (Maker) एक व्यक्ति विशेष को या उसकी आज्ञानुसार किसी व्यक्ति को या वाहक को माँगने पर या एक निश्चित समय के पश्चात् एक निश्चित रकम चुकाने का वचन देता है।^१ रिजर्व बैंक आफ इण्डिया जो नोट चालू करता है वे सब प्रोनोट हैं परन्तु कानून ने उन्हें साधारण प्रोनोटों की श्रेणी से अलग रख दिया है।

पक्ष

प्रामिसरी नोट में केवल दो ही पक्ष होते हैं—

(१) लेखक (Maker) जो प्रोनोट लिखता है। यह प्रायः ऋणी होता है।

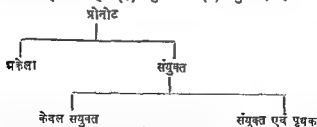
(२) प्राप्तकर्ता (Payee), जिसके पक्ष में (in favour of) प्रसिद्धा की जाती है। यह व्यक्ति प्रायः लेनदार होता है।

क्योंकि ऋणी स्वयं इस पत्र का लिखने वाला है अतः उसके स्वीकरण का प्रश्न ही नहीं उठता।

प्रोनोट के वेचान, विनिमय करने, अप्रतिष्ठित होने, भुगतान और अनुग्रह दिवस के सम्बन्ध में वही नियम हैं जो बिल के सम्बन्ध में बताये गये हैं। हाँ, कुछ बातों में भिन्न है जो हमने आगे समझाया है। यह ध्यान रहे कि प्रोनोट पर टिकट लगाना आवश्यक है चाहे वह माँग पर देय हो या निश्चित समय के बाद।

प्रामिसरी नोट के भेद

प्रोनोट दो प्रकार के होते हैं—(१) अकेला और (२) संयुक्त। संयुक्त प्रोनोट भी दो प्रकार के हो सकते हैं—(१) संयुक्त तथा (२) संयुक्त एवं पृथक्।



अकेला प्रोनोट उसे कहते हैं जिसमें प्रसिद्धा करने वाला अर्थात् रकम चुकाने वाला व्यक्ति एक ही हो। इसका नमूना नीचे देते हैं—

१—कानून के अनुसार रिजर्व बैंक को छोड़ कर अन्य कोई व्यक्ति 'माँग पर देय' एवं 'वाहक को देय' दोनों ही बातें एक प्रोनोट में नहीं लिख सकता।

प्रकेले प्रोनोट का नमूना

₹ ५०० ००	आगरा, जुलाई १, १९६०।
<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 50px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> स्टाम्प </div>	
<p>आज से तीन महीने पश्चात् मे श्री सुरेशचन्द्र या आदेशानुसार केवल पाँच सौ रुपये देने की प्रतिज्ञा करता हूँ, जिसका मूल्य मिल चुका है।</p> <p style="text-align: right;">सतीशचन्द्र</p>	

अंग्रेजी रूपान्तर

Rs 500 00	Agra, July 1, 1960
<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 50px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> Stamp </div>	
<p>Three months after date, I promise to pay Shri Suresh Chandra or order the sum of rupees five hundred only, value received</p> <p style="text-align: right;">Satish Chandra</p>	

समुक्त प्रोनोट वह है जिसमें दो या अधिक व्यक्ति मिलकर रकम चुकाने की प्रतिज्ञा करते हैं।

यदि प्रोनोट केवल समुक्त है तो प्राप्तकर्ता प्रोनोट की रकम समुक्त रूप से ही वसूल कर सकता है अर्थात् भुगतान न होने की दशा में उसे प्रतिज्ञा करने वाले सब व्यक्तियों पर दावा करना होगा। यदि वह कुछ पर दावा नहीं करता और जिन पर दावा किया है उनसे पूरा धन वसूल नहीं होता तो वह पुनः पहली बार दावे से प्रलग रहे व्यक्तियों पर दावा न कर सकेगा और वे लोग अपने दायित्व से छूट जायेंगे। इसके विपरीत यदि प्रोनोट समुक्त एवं पृथक् दोनों है तो वह चाहे तो सब पर या केवल कुछ पर वसूली के लिये दावा कर सकता है और किसी से भी भुगतान पूरा कर सकता है। वाद में वह औरों पर भी दावा कर सकता है। हाँ, कुल वसूली प्रोनोट के धन से अधिक नहीं हो सकती। इन प्रोनोटों के नमूने इस प्रकार हैं —

संयुक्त प्रोनोट

आगरा,

जुलाई १, १९६० ।

रु० ५०० ००

टिकट

आज से एक माह पश्चात् हम श्री सुरेशचन्द्र को केवल पाँच सौ रुपये देने की प्रतिज्ञा करते हैं, जिसका मूल्य मिल चुका है ।

सतीशचन्द्र
कृष्णमहाय
रमेशचन्द्र

संयुक्त एवं पृथक् प्रोनोट

आगरा,

जुलाई १, १९६० ।

रु० ५०० ००

टिकट

आज से एक माह पश्चात् हम संयुक्त एवं पृथक् रूप में श्री सुरेशचन्द्र को केवल पाँच सौ रुपये चुकाने की प्रतिज्ञा करते हैं, जिसका मूल्य मिल चुका है ।

सतीशचन्द्र
कृष्णमहाय
रमेशचन्द्र

प्रोनोट और बिल में अन्तर

बिल	प्रोनोट
१—यह एक आज्ञा-पत्र है । २—इसे प्रायः लेनदार लिखता है ।	१—यह प्रतिज्ञा-पत्र है । २—इसे प्रायः देनदार लिखता है ।

- ३—इसके स्वीकरण की आवश्यकता है । ३—इसके स्वीकरण की आवश्यकता नहीं है ।
- ४—इसमें लेखक प्राप्त-वर्त्ता बन सकता है । ४—इसमें लेखक स्वयं प्राप्तवर्त्ता नहीं बन सकता ।
- ५—इसमें तीन पक्ष होते हैं—लेखक, लेखपात्र एवं प्राप्तवर्त्ता । ५—इसमें केवल दो पक्ष होते हैं—लेखक और प्राप्तवर्त्ता ।
- ६—अस्वीकृत होने पर इसकी नोटिस एवं प्रोटेस्ट करना आवश्यक है । ६—इसमें ऐसा नहीं होता ।
- ७—विदेशी बिल की तीन प्रतियाँ होती हैं । ७—इसमें एक ही प्रति लिखी जाती है ।
- ८—इसके लिखने वाले की जिम्मेदारी तभी होती है जबकि लेखपात्र भुगतान न करे । ८—इसका लिखने वाला सदा ही जिम्मेदार है ।
- ९—बिल के भुगतान न होने पर प्रतिष्ठा के हेतु किसी अन्य व्यक्ति द्वारा इसका भुगतान किया जा सकता है । ९—इसमें ऐसा नहीं होता ।
- १०—दर्शनी बिल पर टिकट नहीं लगता । १०—दर्शनी प्रोवोट पर टिकट लगता है ।
- ११—इसमें भुगतान के लिये दायी व्यक्ति समुक्त रूप से जिम्मेदार होते हैं । ११—इसमें भुगतान के लिए दायी व्यक्ति समुक्त रूप से भण्डा समुक्त तथा पक्ष रूप से, जैसा भी निश्चय हो जाय, दायी होते हैं ।

बैंक और प्रोवोट में अन्तर

बैंक	प्रोवोट
१—यह प्रायः लेनदार की स्थिति में ग्राहक लिखता है ।	१—यह देनदार द्वारा लिखा जाता है ।
२—यह आज्ञा-पत्र है ।	३—यह प्रतिज्ञा-पत्र है ।
३—इसमें तीन पक्ष होते हैं—लेखक, लेखपात्र एवं प्राप्तवर्त्ता ।	३—इसमें दो ही पक्ष होते हैं—लेखक और प्राप्तवर्त्ता ।
४—इसका भुगतान करने वाला बैंक ही होता है ।	४—इसका भुगतान कोई भी कर सकता है ।
५—यह माँग पर देय होता है ।	५—यह माँग पर देय एवं आवश्यक भी होता है ।
६—यह विनियम के माध्यम का नाम करता है ।	६—यह प्रायः ऋण लेने के नाम आता है ।

ऋण-स्वीकृति

(I Owe You or I. O. U.)

यह ऋण लेने की लिखित स्वीकृति है। प्रोनोट की तरह यह ऋण चुकाने का प्रतिज्ञा-पत्र नहीं है। इसका लेखक यह स्वीकार करता है कि उसने इस पत्र में लिखी हुई रकम ऋण के रूप में पाई है। इसका अर्थ है कि 'मैं तुम्हारा ऋणी हूँ।' इसमें ऋणी को लेनदार का नाम, धनराशि, ऋण लेने की तिथि और अपना हस्ताक्षर देना आवश्यक है परन्तु भुगतान की निश्चित तिथि नहीं दी जाती। इसका नमूना नीचे दिया जाता है —

ऋण स्वीकृति का नमूना

भाग्य ।

जनवरी १६, १९६१

श्री सुरेशचन्द्र,

मैं आपका पचास रुपये से ऋणी हूँ।

रु० ५०.००

सतीशचन्द्र

अंग्रेजी रूपान्तर

Agra

Jan. 16, 1961

Shri Suresh Chandra,

I owe you Rupees fifty only

Rs 50/--

Satish Chandra

सरकारी हुण्डियाँ (Treasury Bills)

सरकार भी छोटे समय के लिये जनता से ऋण लेती रहती है। इसके लिये वह हुण्डियाँ देती है जिन्हें सरकारी हुण्डियाँ कहते हैं। इनको भवधि प्रायः तीन माह होती है। कभी-कभी सरकार इन हुण्डियों पर ६, ९ और १२ महीनों के लिये भी ऋण ले लेती है। प्रति मंगलवार को इन हुण्डियों के लिये टेण्डर माँगे जाते हैं। जो व्यक्ति कम से कम न्याज बमूल करके हुण्डो द्वारा अधिक से अधिक रुपया देना स्वीकार करता है उसी का टेण्डर स्वीकार कर लिया जाता है। सुरक्षा के लिये ये हुण्डियाँ प्रतिभूति के रूप में सर्व स्वीकार्य होती हैं अतः इन्हें बाजार में सरलता से विनिमय किया जा सकता है।

सामाश पत्र (Dividend Warrant)—जब कम्पनियाँ अपने शेयर-होल्डरों को लाभ बाँटती हैं तो वे इसके लिये उन्हें सामाश पत्र भेजती हैं। यह चैक के रूप में हो सकता है या रसीद के रूप में। यदि चैक के रूप में है तो उसे कम्पनी के बैंक से भुगतान मिल जायेगा और यदि रसीद के रूप में है तो भी उसे बैंक में देने से भुगतान मिल जावेगा।

व्याज पत्र—ये भी सामाश पत्र की भाँति हैं। व्याज के वितरण करते समय ये ऋण पत्रधारियों को दिये जाते हैं। सरकारी सस्यायों भी ऋण का व्याज बाँटते समय ऐसे पत्र भेजती हैं जिनका भुगतान रिजर्व बैंक से लिया जा सकता है।

साख-पत्र (Letters of Credit)—ये व्यापारियों तथा यात्रियों के लिये बड़े काम के होते हैं। मान लो कोई व्यापारी किसी बाहरी विक्रेता से उधार माल खरीदना चाहता है जो उसे नहीं जानता। ऐसी दशा में क्रेता अपने बैंक से, जो उसकी साख में भली प्रकार परिचित है, साख-पत्र ले लेता है, और इसके आधार पर विक्रेता माल उधार दे देता है तथा बैंक के ऊपर विनिमय बिल कर लेता है। यात्रियों को भी इसमें सुविधा होती है। वे यात्रा के प्रारम्भ में अपना धन किसी बैंक में जमा करके साख पत्र ले लेते हैं जिसे दिखा कर यात्रा के दौरान में द्रव्य प्राप्त कर सकते हैं। साधारण साख-पत्र (General Letter of Credit) तो किसी एक व्यक्ति के नाम होते हैं, जो हमें देखने पर इसका भुगतान कर देता है। साख परिपत्र (Circular Letter of Credit) में कई व्यक्तियों के नाम होते हैं या बहू बिना नाम होता है। इसमें एक निश्चित रकम का उल्लेख होता है जिस तक इसका भुगतान थोड़ा-थोड़ा कई स्थानों पर या कुल एक ही स्थान पर, जहाँ हम चाहें भुगतान ले सकते हैं। प्रत्येक भुगतान करने वाला साख-पत्र पर अपने द्वारा भुगतान की गई रकम नोट कर देता है जिससे आगे उनका द्रव्य कम मिले। भुगतान करने वाले व्यक्ति निर्माण करने वाले व्यक्ति पर बिल लिया लेते हैं। चालू साख पत्र (Running Letter of Credit) में एक निश्चित धन राशि तक ऋण बग़र मिला रहता है। जैसे, दसवीं रकम मानो १०,००० रुपये है और इस पर १,००० रुपये ले लिया जावे और फिर ५०० रुपये जमा करा दिये जायें, तो इस पर बाद में ६,५०० रुपये फिर मिल सकता है।

अभ्यास के प्रश्न

- १—हुएडी क्या है और यह किन्ने प्रकार की होती है ? इसका नमूना बनाकर दिखाइये।
- २—हुएडी एवं क्रेडिट के क्या सम्बन्ध आया अन्तर है ? स्पष्ट कीजिए।
- ३—प्रोनोट क्या है ? केवल संयुक्त प्रोनोट एवं संयुक्त तथा पृथक प्रोनोट में क्या भेद है ? प्रत्येक का नमूना दीजिये।
- ४—प्रोनोट एवं बिल में क्या अन्तर है ?

द्वितीय खण्ड

पत्र-व्यवहार

व्यापारिक पत्र-व्यवहार का महत्व (Importance of Commercial Correspondence)

पत्रों के प्रकार

पत्र तीन प्रकार के होते हैं —(i) निजी या प्राइवेट पत्र, (ii) व्यापारिक पत्र, और (iii) सरकारी पत्र ।

(i) निजी या प्राइवेट पत्र—‘निजी या प्राइवेट पत्रों’ से हमारा आशय उन पत्रों से है जो कि निजी अथवा व्यक्तिगत मामलों के सम्बन्ध में पारिवारिक सदस्यों, मित्रों और स्नेहियों के बीच लिखे जाते हैं । उदाहरण के लिये, यदि डा० रमेशचन्द्र मधवेता अपने पिता, माता, भाई, बहन अथवा मित्रों को अपने किसी निजी मामले के सम्बन्ध में अथवा केषु कुशल मगन के समाचार देने या पाने के लिये पत्र लिखें, तो ऐसे पत्र को ‘निजी’ या ‘प्राइवेट पत्र’ (Private Letters) कहेंगे । प्राइवेट पत्रों के लिखने के सम्बन्ध में अथवा उनके स्वरूप के सम्बन्ध में कोई निश्चित नियम नहीं है । इन पत्रों का अध्ययन हमारे क्षेत्र से बाहर है ।

(ii) व्यापारिक पत्र—व्यापारिक पत्रों (Business or Commercial Letters) से हमारा तात्पर्य उन पत्रों से है जो कि व्यापारियों के बीच किसी व्यापारिक व्यावसायिक कार्य के हेतु लिखे जाते हैं । उदाहरण के लिये, बजरता कीजिये कि सर्वश्री रामलाल शंकरलाल नाम की एक सामेसारी संस्था है, जो कि फुटकर बपड़े का व्यापार करती है । बपड़ों के भाव प्रादि का पता लगाने के लिये विभिन्न ग्राहकों से सम्बन्ध स्थापित करना पड़ेगा । इन विभिन्न उद्देश्यों की पूर्ति के लिये सर्वश्री रामलाल शंकरलाल विभिन्न पक्षों की जो पत्र लिखेंगे उनको हम ‘व्यापारिक पत्र’ की श्रेणी में रखेंगे ।

(iii) सरकारी पत्र—जैसा कि ‘पत्र’ शब्द के पूर्व लगे हुए विशेषण ‘सरकारी’ शब्द से पता लगता है, ‘सरकारी पत्रों’ (Official Letters) से हमारा आशय उन पत्रों से है जो कि सरकारी कर्मचारियों या अधिकारियों के बीच किसी कार्य के

सम्बन्ध में लिखे जायें। जो पत्र जनता के किसी व्यक्ति को या किसी संस्था को सरकार द्वारा किसी सरकारी कार्य के सम्बन्ध में लिखे जायें वे भी 'सरकारी पत्र' की ही श्रेणी में रखे जायेंगे।

प्रस्तुत पुस्तिका में केवल 'व्यापारिक पत्र व्यवहार' (Commercial Correspondence) पर ही प्रकाश डाला गया है।

व्यापारिक पत्रों का अर्थ एवं ध्येय

जैसा कि हम ऊपर लिख चुके हैं, व्यापारिक पत्र किन्हीं दो व्यापारियों के बीच किसी व्यापारिक कार्य के हेतु लिखे जाते हैं। व्यापार की सफलता बहुत कुछ 'व्यापारिक पत्र व्यवहार' पर निर्भर करती है। यदि कोई व्यापारिक पत्र निर्धारित नियमों के अनुसार तथा आकर्षक ढंग से लिखा गया है, तो वह लिखने वाले के लिये एक 'दूत' का कार्य करेगा। इससे व्यावसायिक सफलता का मार्ग खुलेगा, ग्राहकों से परिचय बढ़ेगा तथा अधिक से अधिक बिजनेस मिलेगी, व्यवसाय की साक्ष में दिन दूनी रात चौगुनी वृद्धि होगी, इत्यादि। इसके विपरीत यदि किसी भी व्यापारिक कार्यालय में पत्र-व्यवहार करने का कोई नियम ढंग नहीं है अथवा यदि कोई व्यापारी पत्र-व्यवहार पर उचित ध्यान नहीं देता, तो ऐसी दशा में उसकी व्यावसायिक प्रगति रुक सकती है। एक अनियोजित ढंग से लिखा हुआ व्यापारिक पत्र व्यवसाय के लिये अभिशाप सिद्ध हो सकता है।

व्यापारिक पत्र की परिभाषा देते हुए कुछ लोगो ने लिखा है कि एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र 'लेखक का प्रतिनिधि' होता है। जिस प्रकार किसी प्रतिनिधि या एजेंट द्वारा ठीक से व्यवहार न करने की दशा में उसके मानिक को हानि पहुँचाने की आशंका रहती है, उसी प्रकार एक सराबूर ढंग से लिखा गया पत्र लेखक के उद्देश्य की पूर्ति नहीं कर सकता। एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र में लेखक का व्यक्तिगत प्रतिबिम्बित होना है। पढ़ने वालों पर उसका गहरा और अनिष्ट प्रभाव पड़ता है। थो. ए० पी० स्टो (A. P. Stowe) लिखते हैं कि "प्रापक पत्र किसी वस्तु के होने या न होने का निर्णय कर सकता है, किसी शिक्षावत को दूर कर सकता है, कोई ग्राहक बना सकता है या तोड़ सकता है। प्रायः व्यापारिक पत्र सापरवाही और जहशवाजी से लिखे जाते हैं जबकि सफलता उन पत्रों को ही मिलती है जिनमें प्राप्तकर्ता के हृदिकोण को ध्यान में रखा जाता है, और एक ऐसी तर्कशैली अपनाई जाती है जो कि पाठक के मन में विश्वास पैदा करे।" एक अन्य लेखक के शब्दों में एक व्यापारिक पत्र टाइप की हुई बातें (Typed out Talk) है। जिस प्रकार बातोंलाप करना एक कला है, उसी प्रकार पत्र व्यवहार करना भी एक कला है। यदि बातोंलाप विधिवत् किया जाय, तो वह प्रभावोत्पादक (Effective) नहीं होगा, उसी प्रकार एक अनियोजित ढंग से किया गया पत्र-व्यवहार भी अपने उद्देश्य में असफल रहता है।

एक थोड़ा व्यापारिक-पत्र, जो कि विधिवत् लिखा गया हो, निम्नलिखित १० उद्देश्यों की पूर्ति कर सकता है —

एक अच्छा पत्र क्या कर सकता है ?

- (१) माल बेचना ।
- (२) रुटे हुए ग्राहक मनाना ।
- (३) नये ग्राहक बनाना ।
- (४) यात्री प्रतिनिधियों को प्रोत्साहित करना ।
- (५) इनके लिए मार्ग तैयार करना ।
- (६) दुकानदारों को बढ़ावा देना ।
- (७) ह्याति स्थापित करना ।
- (८) हुबे भ्रमण वसूल करना ।
- (९) निकामतों का समाधान करना ।
- (१०) नये बाजार खोलना ।

व्यापारिक पत्र-व्यवहार का महत्व :

वर्तमान युग 'वाणिज्य एवं उद्योग' का युग है। इस युग में व्यापारिक पत्र-व्यवहार के जितने भी गुण गाये जायें, कम ही होंगे। आजकल प्रायः प्रत्येक देश में, जो उत्पादन टेक्नीक दृष्टि से उन्नति की पराकाष्ठा पर पहुँचे हुए हैं, बड़े-बड़े पैमाने पर उत्पादन किया जाता है। देश की समस्त आवश्यकताओं की सतुष्टि के बाद (लग-भग सभी उन्नतिशील देशों में) बहुत कुछ आधिक्य बचता है। इस आधिक्य माल के विक्रय के लिये देश के अन्दर तथा बाहर नई-नई मंडियों की खोज करनी पड़ती है तथा नये-नये ग्राहक ढूँढने पड़ते हैं। इस खोज के कार्य में यातायात एवं संदेशवाहन के साधनों का महत्व स्वतः स्पष्ट है। व्यापारिक पत्र-व्यवहार इस खोज के कार्य में बहुत सहायता प्रदान करता है।

मत्रही तथा अठारहवीं शताब्दी में व्यापारिक पत्र-व्यवहार का अस्तित्व भी न था। उन दिनों 'पत्र-व्यवहार' (Correspondence) के अन्तर्गत केवल संबंधियों के बीच लिखे गये पत्रों एवं विभिन्न राज्यों के बीच लिखे गये पत्रों को ही सम्मिलित करते थे किन्तु ज्ञान विज्ञान एवं सभ्यता की प्रगति के साथ-साथ व्यापार, उद्योग एवं वाणिज्य की भी प्रगति होनी गई। वर्तमान युग में तो व्यापार एवं वाणि-

जिनक विकास इतनी पराकाष्ठा पर पहुँच गया है कि यदि 'व्यापारिक पत्र-व्यवहार' को उसका "प्राण" कहे, तो कोई अतिशयोक्ति नहीं होगी।

प्रारम्भिक अवस्थाओं में पत्र-व्यवहार को केवल सूचना देने का एक साधन माना जाता था, लेकिन आज के प्रगतिशील एवं प्रतिस्पर्धापूर्ण युग में इसे 'बित्री का एक निश्चित एवं प्रभावशाली साधन' समझा जाता है। किसी सूचना को भेजने के साथ-साथ व्यापारिक पत्र-व्यवहार तीन प्रमुख कार्य करता है—(i) लिखित ध्यौरा रखना, (ii) व्यापार को प्रोत्साहित करना, और (iii) साल का निर्माण करना।

(i) लिखित ध्यौरा रखना—किसी व्यक्ति की स्मरणशक्ति जितनी भी तीव्र हो, आज के जीवन की जटिलताओं को ध्यान में रखते हुए तो यह निश्चयी कहा जा सकता है कि वह प्रत्येक बात को याद नहीं रख सकता। यदि वह केवल अपनी स्मरण शक्ति पर ही निर्भर रहता है, तो प्राप्त होने वाले सभी पत्रों के साथ में वह उचित कार्य नहीं कर सकेगा। अतः पत्रों को सभाल कर रख लिया जाता है। जो कोई बात पक्षकारों में तय होती है उसे भविष्य के हवाले के लिये लिखित रूप दे दिया जाता है। तथ्य, विषय, मास सूचना एवं ऋण की बमूली जैसे कार्यों के सम्बन्ध में तो पत्र-व्यवहार का एक विशेष महत्त्व है क्योंकि काम का एक भी शब्द छूट जाने से बेकार व्यय तथा मतभेद उत्पन्न होने का भय रहता है। इस प्रकार पत्र-व्यवहार व्यापार के सुसंचालन में सहायता देने के साथ-साथ मतभेद विषयक मामलों में साक्ष्य का कार्य भी करता है।

(ii) व्यापार को प्रोत्साहित करना—प्राप्तकृत बड़े पैमाने पर उत्पादन होने से उत्पादित वस्तुओं की बेचने की समस्या भी जटिल हो गई है। अब उत्पादन, प्रसारण व वितरण की सभी अवस्थाओं में पत्र-व्यवहार करना पड़ता है। वितरण के क्षेत्र में तो पत्र-व्यवहार का महत्त्व अपरम्पार है। बित्री का कार्य करने के लिये पत्रों को व्यापार के लगभग सभी कार्य करने पड़ते हैं। वे सहायक श्रेणियों से सम्पर्क स्थापित करते हैं, उनको वस्तुओं की किम्मत व प्रयोग में परिचिन कराते हैं और 'मार्ग' पैदा करते हैं। पहले पूछताछ की जाती है और फिर इनके बदले 'निग' भेजे जाते हैं। इसके पदचार् आदेश, प्राति स्वीकृति, माग की सुविधा, मुगतान प्रादि का क्रम चलता है। इसी प्रकार बित्री सम्बन्धी पत्र बैंको या बीमा कम्पनियों के साथ पत्र-व्यवहार करने की आवश्यकता भी पैदा कर देते हैं। संक्षेप में बित्री से सम्बन्धित पत्र, व्यापार के सभी पहलुओं को स्पष्ट करते हैं।

(iii) साल का निर्माण करना—प्रायः सभी पत्रों के दो उद्देश्य होते हैं। एक कुशल, भेद्य, प्रत्युत्तर करने के, अगस्त, सात्तरास्तिक, उद्देश्य को पूरा कर देना, ई। साथ ही ग्राहकों को भविष्य में उपयोगी होने का अवसर देकर उन्हें आगे भी आदेश देने रहने के लिये प्रेरित करते हैं तथा इस प्रकार फर्म के लिये रकबा का निर्माण करते हैं। वास्तव में किसी पत्र को तब तक अपने उद्देश्य में सफल नहीं माना जा

सकता जब तक कि वह फर्म व्यापार के निर्माण में सहयोग नहीं देता। उदाहरण के लिये, एक पत्र के द्वारा हिसाब का रखा वमूल किया जा सकता है, लेकिन यदि वह पत्र नम्र भाषा में नहीं लिखा गया है, तो इससे ग्राहक संदा के लिये बिगड़ जाता है। इसी प्रकार यदि उधार की सुविधा देने की भस्वीकृति का पत्र सावधानी व नम्रता के साथ नहीं लिखा गया है, तो वह व्यापार को हानि पहुँचाने का कारण बन सकता है। व्यापार में साख, ऋण की वमूली, शिकायत आदि कुछ ऐसी बातें हैं जो कि, वृत्त में नाजुक हैं और इनके सम्बन्ध में किसी अनुमवी व जिम्मेदार व्यक्ति को ही पत्र-व्यवहार का कार्य सुपुर्द करना चाहिये। वास्तव में साख की उत्पत्ति वह आवारशिमा है जिस पर एक विशाल व्यापारिक भवन का निर्माण किया जाता है।

अभ्यास के प्रश्न

१. पत्र कितने प्रकार के होते हैं ? प्रत्येक की परिभाषा दीजिये।
२. व्यापारिक पत्र से आपका क्या आशय है ? इसका ध्येय बतलाइये।
३. वर्तमान युग में 'व्यापारिक-पत्र-व्यवहार' के महत्व पर प्रकाश डालिये।
४. "किसी सूचना को भेजने के साथ-साथ व्यापारिक पत्र-व्यवहार तीन प्रमुख कार्य करता है — (i) लिखित द्योरा रखना, (ii) व्यापार को प्रोत्साहित करना तथा (iii) मान्य का निर्माण करना।" व्यापारिक पत्र-व्यवहार के इन कामों की विस्तृत व्याख्या कीजिये।

एक अच्छे पत्र के लक्षण (Kinds of a Good Letter)

प्रारम्भिक—पत्र का व्यापारी बहुत व्यस्त रहता है। उसके पास प्रतिदिन बहुत बड़ी सख्या में अनेक पत्र आते हैं तथा अनेक बाहर भेजे जाते हैं। दैनिक कार्य व्यस्त होने के कारण वह प्रत्येक पत्र पर व्यक्तिगत ध्यान नहीं दे सकता। अतः यह नितान्त आवश्यक है कि व्यापारिक पत्र इस ढंग से लिखे जायें कि जिससे कि पाने वाला व्यक्ति उसको पढ़ने के लिये उत्कण्ठ भावपित हो जाये एवं अपना पूर्ण ध्यान दे। पत्र के अनावश्यक होने की दशा में कोई भी व्यक्ति व्यापारी उसे ध्यान से नहीं पढ़ेगा और संभव है कि उसे रद्दी की टोकरी में डाल दे।

एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र के लक्षण

एक श्रेष्ठ व्यापारिक पत्र से हमारा आशय एक ऐसे पत्र से है जो कि अपने उस उद्देश्य की पूर्ति में सफल हो, जिसके लिये वह लिखा गया है। व्यापारिक-पत्र की श्रेष्ठता दो बातों पर निर्भर करती है —

(१) पत्र का बाहरी रूप, और

(२) अन्य आवश्यक लक्षण।

(I) पत्र का बाहरी रूप (Physical Appearance)

किमी पत्र के बाहरी रूप का पत्र के पाने वाले पर सबसे पहला प्रभाव पड़ता है, और यह पहला प्रभाव प्राप्त 'अन्तिम' सिद्ध होता है। एक कहावत है कि जो पहलवान पहले थोड़ा करता है विजय प्रायः उसे ही प्राप्त होती है। अतएव अमर हरी ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करने के लिए व्यापारिक पत्र का बाहरी रूप पराग सहस्र सुन्दर एवं आकर्षक होना चाहिये। पत्र के बाहरी रूप को निर्धारित करने वाले प्रमुख घटक निम्नलिखित हैं —

(१) स्टेशनरी—व्यापारिक पत्रों को लिखने के लिये जिम स्टेशनरी का प्रयोग किया जाय, वह व्यापार के प्रकार, प्रगति, और आर्थिक स्तर से भेन सामी चाहिये। इसके लिए मिनव्ययिना का भी पूर्ण ध्यान रखना चाहिये। स्टेशनरी इतनी

कीमती नहीं होनी चाहिये कि व्यापार का व्यय अनावश्यक रूप से बढ़े। इसके साथ साथ इनकी खराब भी न होना चाहिये जिससे कि वह प्रभावहीन हो जाय। जिन कागज पर पत्र लिखा जाय वह थोड़ा किस्म का होना चाहिये। अच्छा हो यदि इस सम्बन्ध में मुद्रकों (Printers) से सलाह ले ली जाय। अधिकतर विक्रय पत्र (Sales letters) बैंक पेपर पर लिखे जाते हैं। प्रतिलिपियाँ लेने के हेतु माधारण कागज का प्रयोग किया जा सकता है। इसी प्रकार सहकारी संस्थाओं अथवा छोटे व्यापार गृहों में भी (जहाँ कि सदस्यों अथवा ग्राहकों को प्रभावित करना इतना आवश्यक नहीं होता) सस्ता कागज प्रयोग किया जा सकता है।

(२) कागज का रंग—व्यापारिक-पत्र व्यवहार के लिये प्रायः सफेद कागज का ही प्रयोग किया जाता है कुछ व्यापारिक गृहों में रंगीन कागजों का ही उपयोग शुरू हो गया है। यदि रंगीन कागज का प्रयोग किया जाय, तो इस बात का ध्यान रखना चाहिये कि लिखने वाली स्याही अथवा टाइप के रिवन का रंग ऐसा हो जोकि कागज के रंग से मेल लाये।

पत्र का बाहरी रूप छ. बातों पर निर्भर है

- (१) स्टेशनरी।
- (२) कागज का रंग।
- (३) कागज का साइज।
- (४) लिफाफा, कार्बन व रिवन।
- (५) टाइप।
- (६) पत्र को मोड़ना व लिफाफा।

(३) कागज का साइज—प्रधानतः व्यापारिक कार्यालयों में लैटरपेड की दो साइजे अधिक प्रचलित हैं—(१) $10'' \times 6''$ और (२) $9\frac{1}{2}'' \times 5\frac{1}{2}''$ । कभी-कभी $6\frac{3}{4}'' \times 11\frac{1}{4}''$ अथवा $6'' \times 5\frac{1}{2}''$ साइज वाले कागजों का भी प्रयोग किया जाता है। साइज के सम्बन्ध में कोई नियत नियम नहीं है। व्यापार की आवश्यकताओं के अनुसार तथा पत्र की विषय-सामग्री के अनुसार कागज का साइज रखा जा सकता है।

(४) लिफाफा, कार्बन व बिल—व्यापार गृहों में आयताकार (चौकोर नहीं) लिफाफों का प्रयोग किया जाता है। $9\frac{1}{2}'' \times 6''$ से $9\frac{1}{2}'' \times 6\frac{3}{4}''$ की साइज के लिफाफे अधिक प्रयोग किये जाते हैं। जिन पत्रों के साथ अन्य प्रलेख भी मन्थी किये जाते हैं, उनके लिये $8\frac{3}{4}'' \times 5\frac{1}{2}''$ से $5'' \times 11''$ की साइज वाले लिफाफे प्रयोग किये जा सकते हैं। लिफाफों के नीचे बाएँ कोने में प्रेषक या भेजने वाले का पता छपा रहता है। इससे पोस्ट ऑफिस को, प्राप्तकर्ता के न मिलने की दशा में, डाक लोटाने में सुविधा रहती है। पता छापने से एक साथ यह भी होता है कि कारखाने के अन्य कर्मचारी अपने व्यक्तिगत कामों के लिये इनका प्रयोग नहीं कर सकते।

जहाँ तक कार्बन व रिवन का सम्बन्ध है, काला रंग ही अधिक प्रचलित है।

(५) टाइप—यदि कोई व्यापारिक पत्र टाइप करके भेजा जा रहा है, तो ऐसी दशा में नीचे दी हुई छह बातों का ध्यान रखना चाहिए :—

(घ) सजावट—पत्र बड़ी सज्जद के साथ टाइप किया जाना चाहिए। ऊपर नीचे, दाहिने व बाये पर्याप्त मार्जिन छोड़ना चाहिए। लाइनो के बीच की 'स्पेस' भी प्रायः 'ट्रबल' होती है, लेकिन अधिक विषय सामग्री होने की दशा में इक्हरी स्पेस (Single spacing) पर पत्र टाइप किये जा सकते हैं। तिहरी स्पेस (Triple spacing) पर कभी भी व्यापारिक पत्रों को टाइप नहीं करना चाहिए।

(घा) मार्जिन—पत्र के बाईं ओर प्रायः $2\frac{1}{2}'' \times 1\frac{1}{2}''$ तक का मार्जिन छोड़ा जाता है। पत्र के दाईं ओर इसमें आधा मार्जिन होना चाहिए। दाईं ओर के मार्जिन के लिए टाइपिस्ट को मशीन में बसने वाली मशीन का विशेष ध्यान रखना चाहिये।

(ङ) पैरा—इस सम्बन्ध में दो स्टाइल हैं—इंग्लिश व अमेरिकन। इंग्लिश स्टाइल के अनुसार ५ से १० टिप्पणी तक की स्पेस नए पैरा के लिए छोड़नी चाहिए। अमेरिकन स्टाइल में प्रत्येक नया पैरा मार्जिन में ही प्रारम्भ करने है। हाँ, यह प्रथम है कि एक पैराग्राफ समाप्त होने के बाद तथा दूसरा शुरू होने के पहले डबल या ट्रिपल स्पेस देते हैं, जिससे कि दोनों पैराग्राफ अलग मान्य दे।

(ई) शुद्धता—टाइपिस्ट को शुद्धता का विशेष ध्यान रखना चाहिए। ऐसी कांशिश करनी चाहिए कि एक भी पूर्ण गलती या ओवर टाइपिंग न हो। रबर का प्रयोग कम से कम करना चाहिए और यदि किया भी जाय, तो अत्यन्त सावधानी के साथ।

(उ) एकत्वता—पत्र इस ढंग से टाइप करना चाहिए कि सब प्रक्षर एकते प्रतीत हो अर्थात् ऐसा न हो कि कुछ गहरे हो तथा कुछ हल्के।

(ऊ) रेखाकरण—पत्र के अन्दर लिखी जाने वाली उन बातों को रेखाकित (Under line) कर देना चाहिए जिन पर कि प्रासङ्गिकता का ध्यान विशेष रूप से धारित करना हो।

(६) पत्र को मोड़ना व लिफाफों में रखना—पत्र को बड़ी सावधानी से मोड़ना चाहिए, जिससे कि एकत्वता का आभास हो और कहीं भी अनावश्यक मतलब न पड़े। बड़े व्यापारिक गृहों में इसके लिये फोल्डिंग मशीनों का प्रयोग किया जा सकता है। पत्र के लिये जिन लिफाफों का प्रयोग किया जाता है वे पत्र की साइज में मिल जायें। लिफाफे के ऊपर पाने वाले का पता साफ-साफ तथा बीच में लिखना चाहिए। नीचे बाये कोने में प्रेषक का पता दिया जा सकता है। जहाँ पारदर्शी लिफाफों (Window envelopes) का प्रयोग किया जाता हो, वहाँ पत्र को लिफाफों में इस ढंग से मोड़कर रखना चाहिए कि जिसमें पाने वाले का पता स्पष्ट दिखाई पड़े। गोपनीय पत्रों पर सील भी लगा देनी चाहिए। जो पत्र 'स्थानीय', 'अतिगत', 'अति आवश्यक', 'शीघ्र सुपुर्दीगो', 'रजिस्टर्ड' अथवा 'एयरमेल से जाने वाले' हो, उन पर (Local, Personal, Urgent, Express Delivery, Registered, Airmail) आदि शब्द लिख देने चाहिये। इसके बाद लिफाफे पर पर्याप्त टिकट लगा देने चाहिये।

(ii) एक श्रेष्ठ पत्र के अन्य लक्षण

एक श्रेष्ठ पत्र के प्रमुख अन्य लक्षण निम्नलिखित हैं—

(१) पूर्णता—पत्र में सभी आवश्यक बातों का समावेश होना चाहिए। कोई ऐसी बात लिखने में न रह जाय, जो कि प्राप्तकर्ता को जाननी आवश्यक हो, अन्यथा उसे दुबारा लिखकर पूछना पड़ेगी। जिसमें अनावश्यक व्यय और समय लगेगा। उदाहरण के लिये माल सम्बन्धी आदेश देते समय, माल की किस्म, मात्रा, कीमत, पैकिंग का ढंग सुपुर्दगी का समय और भुगतान की विधि के बारे में पूर्ण सूचना देना आवश्यक होता है।

एक श्रेष्ठ पत्र के अन्य छ लक्षण हैं

- (१) पूर्णता।
- (२) नम्रता।
- (३) शुद्धता।
- (४) स्पष्टता।
- (५) संक्षिप्तता।
- (६) प्रभावशाली।

(२) नम्रता—यह आवश्यक है कि एक व्यापारिक पत्र नम्र हो। जो भाषा प्रयोग की जाये वह शिष्टतापूर्ण एवं नम्र होनी चाहिये और 'धन्यवाद' 'कृपया', 'भनुकूल' इत्यादि शब्दों का आवश्यकतानुसार प्रयोग करना चाहिए। याद रखिये कि नम्रता हमें अन्य लोगों की धृष्टता व सहानुभूति दिला देती है जबकि हमें इसके लिए कुछ नहीं देना पड़ता। नम्रता का प्रदर्शन न केवल नम्र भाषा का प्रयोग करके बल्कि सीधे उत्तर देकर तथा उचित प्रार्थनाओं को कार्यान्वित करके भी किया जा सकता है। शिष्ट भाषा के प्रयोग से बचना चाहिए। शिक्षापत्र, भुगतान आदि से सम्बन्धित पत्र-व्यवहार के सम्बन्ध में विशेष सजगता की आवश्यकता है। लेकिन नम्रता की एक सीमा होती है। इतनी नम्र भाषा का प्रयोग करना भी अच्छा नहीं होता कि पाने वाले को यह अनुभव हो कि उसकी खुशामद की जा रही है।

(३) शुद्धता—पत्र में कोई भी असत्य या भ्रमार्थक बात नहीं लिखी जाय। जहाँ तक हो सके त्रुटियों से बचा जाय, क्योंकि इनमें व्यर्थ में भ्रमविधा होती है। सभी तथ्य व प्राकड़े (जैसे कि निर्लेख, सत्ते आदि) यथासम्भव शुद्ध होने चाहिए। बिल, प्रोटोट, ट्टाई, बीजक, खाता-विवरण आदि महत्वपूर्ण प्रलेखों को तो अति सावधानी से तैयार करना चाहिए।

(४) स्पष्टता—पत्र की भाषा यथासंभव सरल होनी चाहिए, जिससे कि उसका सही-मही अर्थ समझा जा सके। इस हेतु दुविधाजनक, कड़े व भ्रमपूर्ण शब्दों एवं वाक्यांशों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। पत्र को स्पष्ट भाषा में लिखने के लिए यह आवश्यक है कि लेखक को विषय सामग्री का पूर्ण ज्ञान हो।

(५) संक्षिप्तता—पत्र लिखते समय अनावश्यक शब्द एवं विषय नहीं देना चाहिए। घुमा-फिराकर लिखना या दोहराना या अनावश्यक विचार विमर्श करने की

प्रवृत्ति से बचना चाहिए क्योंकि इससे पत्र अनावश्यक लम्बा हो जाता है। प्राज्ञ का व्यापारी इतना व्यस्त होता है कि वह पत्रों को पढ़ने में अधिक समय नहीं देना चाहता। लेकिन संश्लिप्त लिखने का यह अभिप्राय नहीं है कि पत्र का विषय पूर्ण न बनाया जाय अथवा सूक्ष्मता का परिस्थान कर दिया जाय या शिष्टाचार को छोड़ दिया जाय अथवा व्याकरण के नियमों को ध्यान में न रखा जाय।

(६) प्रभावपूर्ण—एक पत्र की भाषा प्रभावोत्पादक होनी चाहिए। उसमें शब्दों का चुनाव इस तरह होना चाहिए कि पढ़ने वाला उसमें प्रभावित हो, और साथ ही एक ऐसी तर्कशीली अपनाई जाय जो कि पाठक को उस दिशा में सोचने के लिए प्रेरित करे जिसमें कि सेलक चाहता है।

अभ्यास के प्रश्न

- १ एक ओपन व्यापारिक-पत्र से भाषा क्या मास्य है ? इसके प्रमुख लक्षणों पर विस्तार से प्रकाश डालिये।
- २ "किसी पत्र के बाहरी रूप का पत्र के पाने वाले पर सबसे पहला प्रभाव पड़ता है" और यह प्रभाव प्रायः अन्तिम सिद्ध होता है।" इस कथन को स्पष्ट करते हुए पत्र के बाहरी रूप को निर्धारित करने वाले पटकों की विवेचना करिए।
- ३ पत्र को टाइप करते समय किन-किन बातों का ध्यान रखना चाहिए।
- ४ एक ओपन पत्र के प्रमुख लक्षण कौन-कौन से हैं ? सविस्तार वर्णन कीजिए।



व्यापारिक पत्र का स्वरूप (Form of a Business Letter)

प्रारम्भिक—एक व्यापारिक पत्र इस प्रकार लिखना चाहिये, जिससे कि उसका प्राप्तकर्ता उस पर एक दृष्टिमान डाल कर यह जान सके कि पत्र कहीं से आया है, किसने लिखा, किस बारे में लिखा है, आदि। लेखक को चाहिये कि पत्र लिखने का जो ढंग प्रचलित है उसमें परिवर्तन न करे, वरन् उसका कड़ाई से पालन करे। एक व्यापारिक पत्र के प्रायः निम्नलिखित अंग होते हैं—

शीर्षक के अन्तर्गत निम्न का समा-
वेष्ट किया जाता है — (अ) फर्म का
नाम, (आ) व्यापार व व्यवसाय की दिशा
(इ) पता, (ई) तार का पता, (उ) टेली-
फोन नम्बर, (ऊ) कोड का नाम, एवं अन्य
बातें जो कि पत्र-व्यवहारको की सुविधा
के लिये देना आवश्यक हो। चूँकि इन्हें
प्रत्येक पत्र में देना पड़ता है, इसलिये बार-
बार लिखने की परेशानी से बचने के लिये
एक श्रेष्ठता के लिये इन्हें लैटर पेपर पर
कलात्मक ढंग से मुद्रित करा लिया जाता
है। फर्म का नाम बीच में पत्र के ऊपरी
भाग पर दिया जाता है, तार का पता,
टेलीफोन नम्बर और कोड का नाम प्रायः
इसके नीचे उल्टे हाथ की ओर छपाया जाता है जबकि दुकान का नम्बर, मुहल्ला व
शहर का नाम गोधे हाथ की ओर छपाये जाते हैं। शीर्षक के सम्बन्ध में निम्नलिखित
महत्वपूर्ण नियमों का पालन करना चाहिये —

व्यापारिक-पत्र के ढंग

- (१) शीर्षक ।
- (२) तारीख ।
- (३) प्राप्तकर्ता का नाम व पता ।
- (४) अभिवादन ।
- (५) विषय-शीर्षक ।
- (६) पत्र का विषय ।
- (७) अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य ।
- (८) हस्ताक्षर ।
- (९) संलग्न पत्र ।
- (१०) पुनश्च ।
- (११) लिपिक के हस्ताक्षर ।

(1) चले हाथ की ओर दी जाने वाली सूचनायें मार्गिन से एक समान दूरी पर प्रारम्भ की जानी चाहिये, उनमें से प्रत्येक के बाद 'कोलन' (:) लगा देना चाहिये तत्पश्चात् सम्बन्धित नाम या संख्या दी जाय।

व्यापारिक पत्र का स्वरूप-

(1) शीर्षक

तारका पता ----- (पता)
टेलीफोन नं. -----
कोड ----- (2) दिनांक -----

क्रम संख्या -----

(3) (अन्दर का पता) -----

----- (4) (अभिवादन)

(5) (विषय शीर्षक) ----- (प्रारम्भिक) -----

----- (मुख्य विषय) -----

----- (सारांश) -----

द पत्र का विषय

(10) संलग्न -----

(11) पुनश्च -----

(12) लि. ह. -----

(6) (अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य)

(7) (हस्ताक्षर) -----

(8) (पद) -----

(ii) कर्म के नाम के बाद 'कोमा' या 'फुनस्टाप' नहीं लगाना चाहिये।

(iii) साथे हाथ की ओर, प्रत्येक सूचना पहली सूचना में ५ 'स्पेस' (Spaces) हटाकर दी जाये।

उदाहरण के लिये —

साहित्य भवन
पुस्तक विक्रेता, एवं प्रकाशक

तार का पता : "बुक भागरा" ।

टेलीफोन न० ४२६३

कोड ए बी सी (द्वितीय संस्करण)

क्रम संख्या :—

मुई कटरा,

भागरा ।

(२) तारीख (Date)—इसे बताना अनावश्यक है कि प्रत्येक पत्र पर तारीख दी जाना प्रति आवश्यक है। यह भी आवश्यक है कि तारीख 'पूरी' दी जानी चाहिए, क्योंकि तारीखों की शुद्धता पर ही कभी-कभी कानूनी निर्णय आधारित होते हैं। कुछ समय पूर्व तारीख 'शीर्षक' के ही एक भाग के रूप में छपाई जाती थी लेकिन अब ऐसा नहीं होता। आजकल तो इसे टाइप कर दिया जाता है या हाथ से लिखा जाता है। तारीख सीधे हाथ की मोर सहर के नीचे दी जाती है। अब पत्र के मध्य भाग में तारीख देना लोकप्रिय होता जा रहा है। तारीख कई प्रकार से दी जा सकती है—

(१) १५ ११, १५-१-६०, १५।१।६० ।

(२) जन १५, १९६० (अमेरिकन ढंग) ।

(३) १५ जनवरी, १९६० (आक्सफोर्ड यूनीवर्सिटी ढंग) ।

प्रथम प्रकार के ढंग अब अप्रचलित हो गये हैं और इनका व्यापारिक पत्रों में प्रयोग नहीं करना चाहिए ।

अन्दर का पता (Inside Address)—'अन्दर के पते' में पत्र पाने वाले का नाम और पता सम्मिलित होता है। पता पूर्ण दिया जाता है, जिससे कि पत्र को देखकर ही कार्यालय का डिस्पेच-क्लर्क लिफाफे पर पता नकल कर सके। पूरा पता देने का एक अन्य लाभ यह है कि वैधानिक कार्यवाही करने पर सम्बन्धित व्यक्ति की 'पहचान' (Identity) स्थापित की जा सकती है।

डिग्रियाँ और पदविषाँ भी लिखी जानी चाहिए लेकिन यदि इनकी संख्या अधिक हो, तो मुख्य-मुख्य डिग्रियाँ व पदविषाँ ही दी जा सकती हैं। लेकिन निम्न को सदा ही देना चाहिए—फील्डमार्शल, मेजर, कैप्टन आदि। सभी प्रकार के पत्र व्यवहारों में आदरसूचक कुछ शब्द नाम के पहिले जोड़ना उचित समझा जाता है, जैसे—सैरद, हाफिज, मिर्जा, ठाकुर, साजा, पंडित, थोयुन्, थोमान्, बाबू, मिस्टर आदि अथवा नाम के बाद में 'जी' (Esq) भी लिखा जा सकता है। लेकिन 'मिस्टर' और 'एस्कवापर' (Mr and Esq) दोनों का एक साथ प्रयोग नहीं करना चाहिए।

स्त्रियों से पत्र-व्यवहार की दशा में अविवाहिता के नाम के पूर्व 'कुमारी' (Miss) और विवाहिताओं के नाम के पूर्व 'श्रीमता' (Mrs.) का प्रयोग

किया जा सकता है। 'बाई' (Bai) शब्द का प्रयोग विवाहिताओं और प्रविवाहिताओं दोनों के लिये किया जा सकता है।

अन्दर का पना उल्टे हाथ की ओर अभिवादन के ऊपर निम्न किमी दग में दिया जाना चाहिए —

दी इम्पोरियल इलेक्ट्रिक स्टोर्स एवन चवकी, महेन्द्रगढ़ (मधेजी दग)

दी इम्पोरियल इलेक्ट्रिक स्टोर्स,

एवन चवकी,

महेन्द्रगढ़।

(ममेरिवन दग)

व्यापारिक पत्र निम्न को सम्बोधित किया जा सकता है —

(अ) एक व्यक्ति (ब) एक फर्म (घ) एक लिमिटेड कम्पनी (ङ) एक सोसायटी एव (प) एक सरकारी विभाग। प्रत्येक दशा में 'मन्दर के पते' के कुछ नमूने इस प्रकार हैं —

(अ) व्यक्ति — इस शीर्षक के अन्तर्गत एक प्राइवेट व्यक्ति, एक व्यावसायिक व्यक्ति (जैसे वकील या डाक्टर आदि), एक स्त्री (विवाहित या प्रविवाहित) अथवा एक व्यापारी सम्मिलित हो सकता है।

श्री एस सी मिश्र, एम कॉम,

२७, बेनगज,

आगरा।

प्रोफेसर एस. सी मिश्र, एम कॉम,

२७, बेनगज,

आगरा।

कुमारी इन्द्रा शर्मा,

२०, कटरा,

इलाहाबाद।

श्रीमती इन्द्रा शर्मा,

२०, कटरा,

इलाहाबाद।

(ब) फर्म—एक फर्म अपना व्यापार एक वैयक्तिक अथवा अवैयक्तिक नाम से चला सकती है अथवा उसका नाम अंशत वैयक्तिक एवं अंशत अवैयक्तिक हो सकता है। वैयक्तिक नामों के लिये 'सर्वश्री' (Messrs—Mister या Mr का बहुवचन) या 'सर्वश्रीमती' (Medames—Madam का बहुवचन) और अवैयक्तिक नामों के लिये 'दी' लिखा जाता है। (हिन्दी में पत्र-व्यवहार करते समय 'दी' का प्रयोग नहीं किया जाता।)

सर्वश्री राममोहन एवं बंधु,

कटरा,

इलाहाबाद।

सर्व श्रीमती राधिका एव भगिनी,

२२, नोवस्ता,

आगरा।

The Sahitya Bhawan

2732, Sucekatra,

AGRA

साहित्य भवन

२७३२, सुई कटरा,

आगरा।

यदि फर्म के नाम में कोई पदवी सम्मिलित हो, तो सर्वश्री का प्रयोग नहीं करना चाहिए, जैसे —

पद्मश्री विश्वेश्वर कुमार एन्ड सन्स,

हरी पर्वत,

आगरा।

(स) एवं (व) लिमिटेड कम्पनियों तथा सोसायटियों :—इन संस्थाओं का वैयक्तिक नाम होने की दशा में सर्वश्री (Messrs) का प्रयोग किया जाता है। अवैयक्तिक नाम की दशा में 'दी' (The) का प्रयोग करते हैं। यदि नाम में पदवी सम्मिलित हो तो 'सर्वश्री' या 'दी' का प्रयोग नहीं करने। उदाहरण के लिये —

ग्वालियर इलेक्ट्रिक सप्लाय कम्पनी लिमिटेड,

इन्दरगंज,

ग्वालियर।

The Gwalior Electric Supply Company Ltd.,

Inderganj,

Gwalior

सर्वश्री हरप्रसाद एन्ड कम्पनी, लि०

बहू बाजार,

कलकत्ता।

प्रायः कम्पनियों व सोसायटियों को भेजे जाने वाले पत्र उनके मुख्य अधिकारियों की (जैसे कि मैनेजिंग डायरेक्टर, सेक्रेटरी, मैनेजर, इत्यादि) सम्बोधित किये जाते हैं। ऐसी दशा में इस अधिकारी का पद 'दी' (The) का प्रयोग करते हुए अन्दर के पते में देना चाहिये, यथा

The Manager,

The New Assurance Co Ltd.,

Agra

मैनेजर,

न्यू इन्डिया इन्श्योरेंस कम्पनी लिमिटेड,

बम्बई।

(घ) सरकारी विभाग :—किसी सरकारी विभाग को भेजे जाने वाले पत्र उसके विभाग के अध्यक्ष को सम्बोधित किये जाते हैं। अतः अन्दर के पते में उसका सरकारी पद भी विभागीय नाम के साथ दे देना चाहिए किन्तु उस अधिकारी का व्यक्तिगत नाम नहीं देना चाहिये। जैसे,

The District Magistrate,

Varanasi

The Registrar,

Co-operative Societies

Uttar Pradesh

Lucknow.

(३) **अभिवादन (The Salutation)**—जिस प्रकार दो व्यक्ति मिलने पर वार्ता प्रारम्भ करने के पूर्व परस्पर गुडमॉर्निंग नमस्कार, जयजिनेन्द्र, इत्यादि कहते हैं उसी प्रकार पत्र द्वारा 'थेट' करने की दशा में पत्र की विषय रूची वार्ता प्रारम्भ करने के पहले पत्रों में कुछ शिष्टाचारपूर्ण शब्दों का प्रयोग किया जाता है, जिन्हें 'अभिवादन' कहते हैं। इस सम्बन्ध में यह उल्लेखनीय है कि 'अभिवादन' लिखने पर लोगों का ध्यान इतना नहीं जाता जितना कि इसका अभाव उन्हें खलना है।

चूँकि व्यापारिक पत्र प्राइवेट पत्रों की अपेक्षा अधिक औपचारिक (Formal) ढंग में लिखे जाते हैं, इसलिये उनमें प्रयोग किया जाने वाला अभिवादन का ढंग प्राइवेट पत्रों से भिन्न होता है। व्यापारिक पत्रों में अभिवादन पाने वाले के नाम व पते के नीचे दिया जाता है और इसका रूप लेखक और प्राप्तकर्ता के बीच वैयक्तिक सम्बन्धों के अनुसार भिन्न होता है। नीचे अभिवादन के कुछ प्रचलित रूप दिये जाते हैं, जिनका व्यापारिक पत्रों में अधिक प्रयोग होता है —

(घ) **व्यक्तिगतों को पत्र लिखते समय —**

Dear Sir (प्रिय महोदय)

Dear Madam (प्रिय महोदया) या केवल (महोदया)

Sir (श्रीमान् जबकि पत्र किसी सरकारी अधिकारी या किसी सम्पादक को लिखा जाय।)

My Dear Sir (मेरे प्रिय श्री) जबकि पत्र पानेवाले के साथ अधिक परिचितता हो।

(ङ) **एक फर्म या कम्पनी को पत्र लिखते समय**

Dear Sirs (प्रिय महोदय)

Dear Madames (प्रिय महोदया) जबकि फर्म की सभी सामेदार स्त्रियाँ हैं।

My Dear Sirs (मेरे प्रिय श्री) परिचितता की दशा में।

Gentlemen (महोदय, श्रीमान्)

Sir अथवा Madam का प्रयोग बहुत औपचारिक होने के कारण सरकारी पत्रों में अधिक प्रयोग किये जाते हैं, व्यापारिक पत्रों में नहीं। बिजनी पत्रों में कभी-कभी Dear Customer (प्रिय ग्राहक) या Dear Subscriber (प्रिय चन्दा दाता) का भी प्रयोग किया जाता है।

प्रत्येक अभिवादन के पश्चात् कोमा (Comma) लगा देना चाहिए।

(५) **विषय शीर्षक (Subject Heading)** — कभी-कभी, अभिवादन के पश्चात् कुछ फर्म, पत्र का सक्षिप्त विषय अभिवादन के नीचे मध्य भाग में दे देती हैं। इसे 'विषय शीर्षक' कहा जाता है। इसमें दो साम होते हैं—(१) पत्र पढ़नेवाले का ध्यान आकषिप्त हो जाता है और वह विषय की शीघ्रता से समझ लेता है, (२) पत्रों को फाइल करने में सुविधा हो जाती है। 'विषय शीर्षक' के निम्न उदाहरण हैं :—

प्रिय महोदय,

एम्बेसेडर कार के लिए पूछताछ

Dear Sir,

Re: Enquiry for Ambassador car

(६) पत्र का विषय (Body of the Letter)—यह पत्र का मुख्य भाग है और इसमें भेजे जानेवाला संदेश लिखा जाता है। इसे बड़ी सावधानी से, पूर्व वर्णित मन्त्र पत्र के सभी संश्लेषों को ध्यान में रखते हुये, लिखना चाहिये। प्रायः इसके तीन अङ्ग होते हैं :—

(अ) प्रारम्भिक (The Opening),

(ब) मुख्य विषय (The Middle) एवं

(स) सारांश (The End)।

(अ) प्रारम्भिक—यह पत्र का परिचयात्मक भाग होता है और इसकी स्थिति के कारण इसका विषय महत्व होता है। यह पढ़ने वाले के मस्तिष्क पर बड़ा प्रभाव डालता है और आगे आनेवाली बातों के लिए तैयार करता है। कहावत प्रसिद्ध है कि यदि प्रारम्भ अच्छा है, तो आधी सफलता मिली समझिए—(Well begun is half done)। अतः प्रारम्भिक पैराग्राफ ऐसा होना चाहिए कि जो पाठक के मस्तिष्क में रुचि और कौतूहल पैदा कर दे। आद के पैराग्राफों का काम तो उस रुचि को बनाये रखना, उसे 'इच्छा' में परिणत करना तथा अन्त में कार्य करने के लिए प्रेरित करना है। प्रारम्भिक पैराग्राफ का इतना अधिक महत्व होते हुए भी इसके लिखने में बहुत कम सावधानी रली जाती है, जिसमें कि वह दुर्बल रह जाता है और प्रभाव डालने में असमर्थ रहता है।

प्रारम्भिक पैराग्राफ संक्षिप्त एवं प्रभावशाली होना चाहिए। इसकी शब्दावली पत्र-व्यवहार के स्वभाव पर निर्भर है। जो पत्र लिखा जा रहा है वह (i) किसी पत्र के उत्तर में हो सकता है, (ii) उसी विषय पर किसी पूर्व पत्र या पत्रों की शृङ्खला (Continuation) में लिखा जा सकता है, अथवा (iii) नये विषय पर भेजा जा सकता है।

जब प्रस्तुत पत्र किसी नये विषय पर लिखा जा रहा है, तो प्रारम्भिक पैराग्राफ लिखने में कुछ कठिनाई होती है। इसकी रचना परिस्थितियों के अनुसार अलग-अलग हो सकती है। प्रायः हम दस में पत्र प्राप्तकर्ता का परिचय कैसे प्राप्त हुआ यह बतलाता है अथवा सीधे विषय सामग्री में प्रारम्भ किया जा सकता है। नीचे इस प्रकार के प्रारम्भिक पैराग्राफ के कुछ प्रभावशाली नमूने दिये गये हैं —

आपके नगर के सर्वश्री बनारसीदास एन्ड सन्स ने हमें आपका नाम हवाले के रूप में दिया है।

आपका नाम हमें 'अमृत पत्रिका मिण्डिवेट' द्वारा हमें विश्वास से दिया गया था।

कि संभवतः आप हमारे अत्यन्त लोकप्रिय 'दैनिक पत्र' विस्फोट की विधी में रुचि लेंगे।

क्या मैं आपका ध्यान इस वर्ष की एम कॉम परीक्षा के लिए बनाये गये 'प्रार्ग-नाइजेशन एण्ड सैनेजमेट ऑफ इन्डस्ट्रीज विषयक पत्र की ओर दिना मकता हूँ, जोकि बहुत 'कडा' था ?

हम मगर्व सूचना देते हैं कि अब समस्त योजना पूर्ण हो गई है और नवीन मॉडल की कारो का निर्माण प्रारम्भ हो गया है।

अन्य दो प्रकार के पत्रों में प्रारम्भिक पैराग्राफ का उद्देश्य पिछले पत्र-अवधार के साथ प्रस्तुत पत्र का सम्बन्ध जोड़ना होता है। अधिवास पत्र पिछले पत्रों के उत्तर में ही लिखे जाते हैं। ऐसे पत्रों में जिन पत्र के साथ सम्बन्ध जोड़ना हो उसकी क्रम सख्या व तिथि का उल्लेख किया जाता है। इसमें प्राप्तकर्ता को अपने पत्र की प्रतिलिपि खोजने में सुविधा होती है। यदि प्राप्तकर्ता के हवाले की क्रम सख्या भी भेजने वाले के क्रमांक के साथ ही दे दी गई है, तो प्रारम्भिक पैराग्राफ में हवाले की क्रम सख्या (Reference number) देने की कोई आवश्यकता नहीं है। कुछ व्यापारी पूर्व पत्र का सारांश भी देते हैं। यदि सारांश दिया जाय तो वह बहुत संक्षिप्त होना चाहिए। सच तो यह है कि अब अधिवादन के नीचे विषय शीर्षक प्रलग से दे दिया गया हो, तो हम प्रकार सारांश प्रारम्भिक पैराग्राफ में देना महत्वहीन है। इस प्रकार के प्रारम्भिक पैराग्राफों के कुछ नमूने नीचे दिये जाते हैं —

हमें आपका पत्र दिनांक २६ जनवरी, १९६० प्राप्त हुआ। २६ जनवरी १९६० के आपके पूछनाछ पत्र के लिए धन्यवाद। २६ जनवरी १९६० को मैंने आपको के बारे में लिखा था।

२६ जनवरी १९६० का आपका पत्र प्राप्त हुआ, जिसमें आपने यह सूचित किया है कि इस वर्ष और अगले वर्ष के लिए आपको भाषात का लाइसेंस मिलने की आशा है।

नोट —कभी-कभी 'दिनांक सूचित करने के लिए कुछ संक्षिप्त रूप प्रयोग किये जाते हैं। यदि किसी ऐसे दिन के पत्र का हवाला देना है जो कि उगी माह में आया था जिसमें कि प्रस्तुत पत्र लिखा जा रहा है, तो 'Inst' (पूर्णरूप Instant) शब्द का यहीना व मनु के स्थान में प्रयोग करते हैं, यथा —

With reference to your letter, dated the 20th Inst

यदि पिछले माह की किसी तिथि का हवाला देना हो, तो Ult (पूर्णरूप Ulumo) शब्द का प्रयोग करना चाहिए। यथा —

With reference to your letter, of the 20th Ult

यदि किसी अगनेवाले माह की तिथि का हवाला देना हो, तो Prox (Proximo) शब्द का प्रयोग किया जाता है, यथा —

Our salesman is expected to meet you on the 25th prox

आजकल inst, ult, एवं prox शब्दों का प्रयोग निष्ठाहित किया जाता है और दिनांक पूर्ण लिखा जाने लगा है।

(घ) मुख्य विषय—पत्र के इस भाग में वास्तविक सन्देश लिखा जाता है जो कि प्राप्तकर्ता को सूचित करना है। यदि सन्देश संक्षिप्त है, तो वह एक पैराग्राफ में लिखा जा सकता है। यदि सन्देश लम्बा है, तो उसके स्वभाव के आधार पर कई पैराग्राफ बनाये जा सकते हैं। प्रत्येक नवीन पहलू के लिए एक पृष्ठ पर पैरा रखना चाहिए और यदि सम्बन्धित विषय जटिल है, तो सुविधा के लिए प्रत्येक पैरा का शीर्षक भी माथ में दे देना चाहिए। जहाँ तक समझ हो प्रत्येक पैराग्राफ छोटा ही होना चाहिए परन्तु यदि परिस्थिति ऐसी है कि लम्बा स्पष्टीकरण देना आवश्यक है, तो पैराग्राफ बड़ा भी रखा जा सकता है।

यदि पत्र में दो या दो से अधिक पृष्ठ हों, तो कोरे कागज या विशेष रूप से छराई गई continuation sheets का प्रयोग करना चाहिए, जिनका कागज लैटरहेड के समान ही हो। एक पैराग्राफ की कम से कम तीन लाइनें प्रथम शीट के अन्त में दी जानी चाहिए और तब उसे नये पृष्ठ पर ले जावें। यदि पृष्ठ में कुछ कुटेदान देने हों, जैसे किसी तार या टेलीफोन के सन्देश का हवाला देना हो तो वह महीन अक्षरों में लिखा जा सकता है या सिंगिल स्पेस में टाइप किया जा सकता है, जबकि साधारण विषय को प्रायः डबल स्पेस में टाइप करते हैं।

एक पत्र एक विषय से ही सम्बन्धित होना चाहिए। यदि कई विषयों पर सन्देश देना है तो प्रत्येक विषय के लिए एक पृष्ठ पत्र लिखना चाहिए, क्योंकि बड़े व्यापारियों को कार्यालय में विभिन्न विषयों के प्रबन्ध के लिए अलग-अलग विभाग बना दिये जाते हैं। अतः यदि एक ही पत्र में कई विषयों पर सन्देश लिखा गया है, तो प्राप्तकर्ता के कार्यालय को उत्तर देने में व पत्र फाइल करने में असुविधा उत्पानी पड़ेगी।

(स) सारांश (The end)—किसी पत्र का अन्त करना उतना ही कठिन है जितना कि उसे प्रारम्भ करना। पत्र के अन्तिम भाग का उद्देश्य सन्देश को सक्षेप में दुहराकर प्राप्तकर्ता को कार्य के लिये प्रेरित करना होता है। अतः अन्तिम पैराग्राफ की भाषा विश्वासजनक, प्रभावशाली एवं प्रेरणात्मक होनी चाहिये। यदि पैराग्राफ औपचारिक एवं प्रेरणाहीन है, तो सब निरर्थक होगा। कुछ समय से इस पैराग्राफ के लिखने पर विशेष ध्यान दिया जाने लगा है।

इस सम्बन्ध में दो बातें उल्लेखनीय हैं। प्रथम प्रायः अपूर्ण वाक्य इस भाग में लिख दिये जाते हैं, जो अनुचित हैं, क्योंकि इन्हें पूरा करने के लिये 'अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य' में अतिरिक्त शब्द बढ़ाने पड़ते हैं, जैसे —

विश्वास करते हुये कि यह पत्र आपको यथा समय मिल जायेगा,

हम हैं, प्रिय महोदय,
आपके शुभचिन्तक,

Trusting this will reach you in due course,
we are, dear sirs
yours faithfully,

अतः यथासम्भव अन्तिम पैराग्राफ को पूर्ण वाक्य से ही समाप्त करना चाहिए। दूसरे, यह ध्यान रखना चाहिये कि किसी पत्र में कार्य होने के पहिले चम्पवाद देना उचित नहीं है। इसी प्रकार एक व्यापारिक पत्र को निम्न वाक्यों से ही समाप्त करना भी उचित नहीं लगता —

शुभ भावनाओं के साथ,
अत्यन्त आदर के साथ,

With good wishes,
With kindest regards

ये वाक्य प्राइवेट पत्रों के लिए उपयुक्त हो सकते हैं। कुछ प्रच्छेद अन्तिम वाक्यों (Closers) के नमूने निम्नलिखित हैं.—

हम आपसे इस माह के अन्त तक उत्तर की आशा रखते हैं।

(We expect to hear from you by the close of this month)

क्या आप ऐसे सुप्रवसर को सोना पसन्द कर सकते हैं?

(Can you afford to let this opportunity slip by)

यदि आप हमारे प्रस्ताव को स्वीकार करने का निर्णय करते हैं, तो कृपया शीघ्र लिखिए।

(If you decide to accept our offer, write to us at once)

क्या मैं आपसे शीघ्र उत्तर पाने की आशा कर सकता हूँ?

(May I look forward to hearing from you soon)

(७) अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य (Complimentary Close)—जिस प्रकार मौखिक बातचीत समाप्त होने पर बिदा लेते समय दो व्यक्ति परस्पर 'नमस्कार' इत्यादि कहते हैं उसी प्रकार व्यापारिक पत्रों में पत्र का विषय समाप्त होने पर बिदामुक्त कुछ छिष्टाचारपूर्ण शब्द लिखे जाते हैं, जिन्हें 'अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य' कहकर सम्बोधित करते हैं। यह वाक्य पत्र के विषय की अन्तिम लाइन से दो या तीन स्पेस नीचे लिखा जाता है और सीधे व उल्टे हाथ के मात्रिकों के बीच इस प्रकार प्रदर्शित किया जाता है कि सम्पूर्ण पत्र के साथ उसका सम्बन्ध हो जाय।

अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य के कई प्रकार हैं किन्तु पत्र में उसी रूप का प्रयोग करना चाहिए जो कि अभिवादन के रूप में प्रयुक्त होता हो। उदाहरण के लिए, अभिवादन के अनुसार अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य के निम्नलिखित रूप हो सकते हैं.—

Dear Sirs or Dear sir

प्रिय महोदय,

Dear Mr..... ..

प्रिय श्री

My dear Mr ...

मेरे प्रिय श्री..... ..

Your faithfully,

आपका शुभचिन्तक,

Yours truly,

आपका विदवासी,

Yours very truly

आपका अत्यन्त विस्वासी,

‘Yours sincerely’ का प्रयोग मित्रों को प्रीइवेट पत्र लिखते समय ‘Yours Obediently’, ‘Yours obedient servant’ ‘अथवा’ ‘Yours respectfully’ का प्रयोग सरकारी विभागों द्वारा किया जाता है अन्यथा साधारणतः इनका प्रयोग भ्रष्ट नहीं होता। इसी प्रकार हमें अपने पत्रों को निम्न अन्तिम, प्रशंसात्मक वाक्यों से समाप्त नहीं करना चाहिए—‘Yours etc’ and oblige’ इत्यादि।

अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य के समाप्त होने पर कोमा (,) अवश्य लगाना चाहिए। यदि पत्र के विषय वाले अन्तिम पैराग्राफ अपूर्ण वाक्य लिखकर पत्र की समाप्त किया गया है, तो अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य लिखने के पहले उक्त वाक्य की पूर्ण करने वाले शब्द लिख देने चाहिये, जैसे —

हम हैं,

आपके शुभचिन्तक,

We are,

Yours faithfully,

(iv) हस्ताक्षर (Signature) — अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य के बाद उससे थोड़ा नीचे और सीधे हाथ की ओर हस्ताक्षर इस प्रकार आता है कि वह सीधे हाथ के मार्गान तक समाप्त हो जाय। पत्र तब ही समाप्त माना जाता है जबकि उसपर लेखक अपने हस्ताक्षर करदे। हस्ताक्षर के ही आधार पर पत्र की जिम्मेदारी निश्चित की जा सकती है। हस्ताक्षर के अन्तर्गत, लेखक का नाम (और कभी-कभी उस सत्पा का नाम जिसका वह प्रतिनिधित्व कर रहा है एवं उसका पद भी) दिया जाता है। हस्ताक्षरों के सम्बन्ध में निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिये —

(i) हस्ताक्षर स्पष्ट करना चाहिये। कभी-कभी हस्ताक्षर इतने अस्पष्ट होते हैं कि देखने में धुरा लगता है, और साथ ही यह पता लगाना कठिन हो जाता है कि पत्र किसने भेजा है। कुछ लोगों का स्वभाव ही अस्पष्ट हस्ताक्षर करने का हो गया है। प्राप्तकर्ता की सुविधा के लिये हस्ताक्षर के नीचे हस्ताक्षर करने वाले का नाम टाइप कर दिया जाता है। इस प्रकार वास्तविक हस्ताक्षर अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य और टाइप के हस्ताक्षर के बीच में किये जाते हैं।

(ii) हस्ताक्षरों में प्रोफेसर, श्री, सेठ, डाक्टर इत्यादि शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिये, केवल मुख्य नाम ही लिखा जाना उचित है। डिग्रियों को हस्ताक्षर के नीचे टाइप किया जा सकता है।

(iii) हस्ताक्षर सदैव लिखित होने चाहिये। रबड स्टाम्प का प्रयोग अनुचित

है। प्राप्तकर्ता का ध्यान पत्र पर तभी जायना जबकि लेखक ने उसे अपने लिखित हस्ताक्षर के योग्य समझा हो।

(iv) हस्ताक्षर करने का हय मदेव एकमा रहना चाहिये, बार-बार इसे बदलना अनुचित है, क्योंकि इसमें उनकी प्रामाणिकता नष्ट हो जाती है। यदि सुतोश-चन्द्र मीतल ने किसी पत्र में अपने हस्ताक्षर 'स च मीतल' लिखकर किये हो, तो उसे अपने हस्ताक्षर बदलना नहीं चाहिये तथा 'स चन्द्र मीतल' लिखकर हस्ताक्षर करना गलत होगा।

(v) किसी भी दशा में अन्तिम प्रससारक वाक्य एवं हस्ताक्षर पृष्ठ के पीछे पत्र के विषय से पृथक् रूप में नहीं देना चाहिये।

(vi) निम्न वाक्यों का हस्ताक्षरों के साथ प्रयोग करना प्राप्तकर्ता के प्रति अनिष्टता का सूचक है, अतः इनमें बचना चाहिये —

“लिखाया लेकिन टाइप करने के बाद सशोधित नहीं किया।”

“लिखाया लेकिन हस्ताक्षर नहीं किया।”

“लिखाया लेकिन मेरी अनुपस्थिति में हस्ताक्षर किये।”

“लिखाया किन्तु पढ़ाकर नहीं सुना।”

(vii) एक महिला को किसी अपरिचित व्यक्ति के प्रति व्यापारिक पत्र लिखते समय अपने नाम के पहिले या बाद में कोष्ठको में यह सूचित कर देना चाहिये कि वह विवाहित है या अविवाहित, यथा —

(प्र) (कुमारी) पद्मा श्रीवास्तवा अविवाहित के लिये।

(ब) कामिनी सक्सेना (श्रीमती न कु सक्सेना) विवाहिता के लिये।

(स) (श्रीमती) कामिनी सक्सेना विधवा के लिये।

(viii) प्रायः व्यापारिक सस्था का स्वामी ही व्यापार के पत्रों पर हस्ताक्षर करता है। बड़े-बड़े कार्यालयों में पत्रों पर हस्ताक्षर करने का अधिकार कार्यालय के कुछ अधिकारियों के सुपूर्द कर दिया जाता है। ऐसी दशा में ये अधिकारी ही पत्रों पर सस्था की ओर से अपने हस्ताक्षर करते हैं। किन्तु यह आवश्यक है कि हस्ताक्षर करने के पूर्व वे उस सस्था का नाम लिख दें, टाइप करा दें या मोहर लगा दें जिसका कि वे प्रतिनिधित्व कर रहे हैं और तत्पश्चात् ही अपने हस्ताक्षर करें, अन्यथा वे पत्र के लिए वैधित्व रूप में जिम्मेदार समझे जावेंगे और सस्था पर पत्र की जिम्मेदारी नहीं आवेगी। हस्ताक्षर करके का अधिकार दो प्रकार से सौंपा जा सकता है (१) विधि-पूर्वक दम्नावेज लिखकर अथवा (२) साधारण रूप से या मौखिक ही। द्वितीय दशा में हस्ताक्षर करने वाले को सस्था के नाम में 'के लिये' (for) और प्रथम अवस्था में 'को और से' (Per pro या per Procuration) शब्दों का प्रयोग करना चाहिये। द्वितीय प्रकार में हस्ताक्षर करने का अधिकार साधारण कर्मचारियों को साधारण पत्रों के सम्बन्ध में सौंपा जाता है और प्रथम प्रकार से हस्ताक्षर करने का अधिकार बड़े या मुख्य अधिकारी को ही दिया जाता है, जो प्रायः महत्वपूर्ण पत्रों पर ही हस्ता-

क्षर करता है, क्योंकि उसे इतना समय नहीं मिलता कि वह सभी पत्रों पर स्वयं हस्ताक्षर कर सके। अतः साधारण पत्रों पर कार्यालय के साधारण कर्मचारी ही साधारण रूप से हस्ताक्षर कर देते हैं, किन्तु सभी महत्वपूर्ण पत्रों पर बड़े अधिकारी के हस्ताक्षर होना चाहिए, अन्यथा उनका प्रभाव कम हो जाता है।

पत्रों पर हस्ताक्षर करने के कुछ नमूने नीचे दिये गये हैं :—

- | | |
|---|--|
| १. आपकी शुभचिन्तिका,
महिला वस्त्र सदन,
(श्रीमती) निर्मला शर्मा,
स्वामिनी | Yours faithfully,
Mahila Cloth House
(Mrs) Nirmala Sharma,
Proprietress |
| २. आपका शुभचिन्तक,
हृषीकेश एण्ड कम्पनी की ओर से,
हरिहर शर्मा,
मैनेजर। | Yours faithfully,
Per Pro Krishna Kumar & Co
Harihar Sharma,
Manager |
| ३. आपका शुभचिन्तक,
यू० पी० मोटर्स लिमिटेड के लिये,
मोहनदास,
अकाउन्टेन्ट। | Yours faithfully,
For U P. Motors Limited,
Mohandas,
Accountant |

(६) संलग्न (Enclosures)—कभी-कभी मुख्य-पत्र के साथ कुछ अन्य कागजात भी (जैसे कि बैंक, बिल्टी, प्रलेख, पुराने पत्रों की प्रतिलिपियाँ, खाता विवरण इत्यादि) भेजे जाते हैं। ऐसी दशा में इनका हवाला हस्ताक्षर समाप्त होने पर या उनकी बगल में उल्टे हाथ की ओर भाजित से दे देना चाहिये। यदि कोई महत्वपूर्ण कागज पत्र साथ में भेजे जा रहे है, तो उनका सीर्गक पृथक्-पृथक् सूचित करना चाहिए, अन्यथा संलग्न-पत्रों की केवल संख्या लिख देना पर्याप्त होगा। यथा —

Yours faithfully,
For U P Motors Limited
Mohandas
Accountant

Encls. 3

आपका शुभचिन्तक,
ए बी एण्ड सी कम्पनी लि०
की ओर से,
रत्नकुमार,
मैनेजिंग डाइरेक्टर।

संलग्न पत्र —

(१) बिल्टी त्रय संख्या ५५० दिनांक २२-४-६०।

(२) बीजक १,००० के लिये।

संलग्न पत्रों का हवाला देने से कार्यालय के डिस्पेंच क्लर्क को यह सुविधा हो जाती है कि वह लिफाफे में बन्द करते समय पत्र एवं संलग्न पत्रों की जाँच कर सकता है कि कोई पत्र रखने से छूट तो नहीं गया। इसी प्रकार प्राप्तकर्ता को भी यह देखने में सुविधा हो जाती है कि साथ में भेजे गये पत्रादि प्राप्त हो गये हैं या नहीं।

(१०) पुनरुच्च (Post Script)—साधारण पुनरुच्च के लेख पाठक पर बुरा प्रभाव डालते हैं, क्योंकि इससे यह प्रगट होता है कि लेखक असावधान रहा है। अतः जहाँ तक संभव हो इनमें बचना चाहिए। किन्तु कभी-कभी ये आवश्यक हो जाते हैं, जैसे कि जब पत्र लिखने के बाद किन्तु टाक में छोटने के पहिले कोई महीन घटना ऐसी हुई है जिसकी सूचना प्राप्तकर्ता को देना आवश्यक है। इस प्रकार बाद के विचारों को पत्र में 'पुनरुच्च' (P S) का शीर्षक देकर लिखा जाता है और इस पर भी लेखक के हस्ताक्षर होना आवश्यक है। बिक्री के पत्रों (Sales Letters) में ग्राहकों का ध्यान अकर्षित करने के लिये प्रायः 'पुनरुच्च' की युक्ति का प्रयोग किया जाता है। नीचे इसका एक नमूना दिया गया है :—

आपका शुभचिन्तक,
यू० पी० मोटर्स लिमिटेड के लिये,
चन्द्रभान,
विक्रय मैनेजर।

संलग्न पत्र : ३

पुनरुच्च: हमें लेद है कि हमारे विक्रय प्रतिनिधि श्री अरोरा की यात्रा प्रारम्भ करने में एक सप्ताह की देर हो जावेगी।

(११) लिपिक हस्ताक्षर (Typist Initials)—कभी-कभी पत्र को टाइप करने वाला क्लर्क या लिपिक पत्र के छस्ते हाथ के निचले कोने में अपने संक्षिप्त हस्ताक्षर कर देता है। प्रायः बड़े-बड़े कार्यालयों में कई टाइपिस्ट हुंम्रा करते हैं। यदि पत्र को टाइप करने में कोई त्रुटि हो गई है, तो उसके लिए कोई क्लर्क दायी था, इसका पता सरसता से इन संक्षिप्त हस्ताक्षरों (initials) के आधार पर लगाया जा सकता है।

अभ्यास के प्रश्न

- १ एक व्यापारिक पत्र के विभिन्न अंग बतनाइए तथा उनसे सम्बन्धित नियमों की विस्तृत व्याख्या भी कीजिए।
- २ एक व्यापारिक पत्र के निम्न अंशों से सम्बन्धित नियमों की विस्तृत व्याख्या उदाहरण सहित कीजिये :—

(i) शीर्षक।

(ii) अन्दर का पता।

(iii) अभिवादन।

व्यापारिक पत्रों के उदाहरण (Examples of Business Letters)

भूमिका —

पिछले अध्याय में हमने एक अच्छे व्यापारिक-पत्र के सक्षण एवं उसके मुख्य अङ्गों पर प्रकाश डाला था। इस अध्याय में हम व्यापारिक-पत्रों के कुछ प्रमुख उदाहरण दे रहे हैं।

(१) निर्ण का पत्र (Letter of Quotation)

साहित्य मदन
प्रकाशक एवं पुस्तक विक्रेता

तार का पता—'बुक'
टेलीफोन न०—३०६६
संख्या—४५४/आ

अस्पताल रोड,
भागरा
दिनांक २७ मई, १९६१

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी
प्रोपराइटर,
इण्डियन बुक डिपो,
बड़ा बाजार, कलकत्ता।

प्रिय महोदय,

आपके पत्र क्रम संख्या २० दिनांक २४ मई, १९६१ लिये धन्यवाद। हम माघ में अपनी नई प्रकाशित मूल्य सूची भेज रहे हैं। आपको जिस माल की आवश्यकता है उसका मूल्य सूची के अनुसार इस प्रकार है—

(१) औद्योगिक संगठन—लेखक एम० सी० सक्सेना	५ रु०
(२) अक्षेपण के सिद्धान्त—लेखक रूपराम गुप्ता	४ रु०
(३) व्यापारिक सन्निवम—लेखक रूपराम गुप्ता	४ रु०

उपयुक्त पुस्तकों पर सौ रुपये में अधिक माल खरीदने की दशा में १५% व्यापारिक छूट दी जावेगी। एक महीने के अंदर पूरा जुगतान करने पर १३% नगदी छूट दी जावेगी। मालके आदेश के साथ २५% पेनाली भ्रमा आवश्यक है। बैंकिंग नि शुल्क।

उपरोक्त पुस्तकें अपने विषय के अनुभवों और विज्ञान अध्यापकों द्वारा विश्व-विद्यालय के नवीन पाठ्यक्रमानुसार लिखी गई हैं। प्रकाशन के बंबल दो वर्षों में प्रत्येक पुस्तक के तीन-तीन संस्करण समाप्त हो चुके हैं जो इनकी लोकप्रियता का पर्याप्त प्रमाण है।

माशा है कि आप शीघ्र ही अपना समुल्य आदेश भेज कर हमें अनुग्रहीत करेंगे।

सलम—सूच्य सूची

भवदीय
कन्हैयालाल बसल
सामेदार

(11) आदेश पत्र (Letter of Order)

इण्डियन बुक डिपो
पुस्तक विक्रेता

क्रमांक—१५०३

बड़ा बाजार,

साहित्य भवन,
अस्पताल रोड,
भागुरा।

कलकत्ता।

दिनांक १ जून, १९६१

प्रिय महोदय,

हमें आपका निर्व्यय पत्र क्रम संख्या ४५४/प्र, दिनांक २७ मई, १९६१ मुख्य सूची सहित प्राप्त हुआ जिसके लिये धन्यवाद। कृपया जितना शीघ्र हो सके निम्न-लिखित माल मालगाटी में भेज दीजिये —

१०० प्रतिभां औद्योगिक संगठन—लेखक एस० सी० सक्सेना	५ ६०
५० प्रतिभां व्यापारिक सन्निधम—लेखक रूपराम गुप्ता	४ ६०
५० प्रतिभां अवेक्षण के सिद्धान्त—लेखक रूपराम गुप्ता	६ ६०

बैंकिंग फ्री। सुपुर्दगी जून के अन्त तक आवश्यक। यदि व्यापारिक छूट २०% देने की तैयार हो तो सक्सेना लिखित औद्योगिक संगठन की १०० प्रतिभां प्रौर भेज दें।

कृपया बिल्टी इलाहाबाद बैंक द्वारा आवश्यक रकम के लिये एक माह का मुहती दिस हम पर लिखकर साथ भेज दें।

हमें आशा है कि आप माल शीघ्र से शीघ्र भेज देंगे क्योंकि यहाँ पर कालेज एवं स्कूल जुलाई के प्रथम सप्ताह में खुल रहे हैं।

भवदीय,
कैलाशनाथ मुकर्जी
प्रोपराइटर।

(III) आदेश प्राप्ति की सूचना (Acknowledging Receipt of an Order)

साहित्य भवन
प्रकाशक एवं पुस्तक विक्रेता

तार का पता—'बुक'
टेलीफोन न०—३०६६
संख्या ४५५६/अ

अस्पताल रोड
भागरा।
दिनांक—३ जून, १९६१।

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी,
प्रोपराइटर,
इण्डियन बुक डिपो,
कलकत्ता।

प्रिय महोदय,

आपका आदेश पत्र संख्या १५०३ दिनांक १ जून १९६१ हमें प्राप्त हुआ, जिसके लिये धन्यवाद। आपका भगाया हुआ माल मालगाड़ी द्वारा जून के अन्त तक भेज दिया जायगा। हाँ, पैकिंग फ्री होगा लेकिन व्यापारिक छूट वही १५% ही होगी चाहे आप अधिक माल लें। चूँकि, यह आपका प्रथम आदेश है, इसलिये हमने पहले ही अन्य व्यापारियों से अधिक छूट देना स्वीकार कर लिया है। बिल्डी आपकी आजानुसार एक माह के बिल के साथ इलाहाबाद बैंक द्वारा आपको भेज दी जावेगी।

भविष्य में भी आपसे इसी प्रकार आदेश मिलने की प्रतीक्षा में,

भवदीय,
बन्हेवालाल अमल,
सामेदार।

(iv) माल रवाना करने की सूचना (Letter of Advice)

साहित्य भवन
पुस्तक विक्रेता एवं प्रकाशक

तार का पता—'बुक'
टेलीफोन न०—३०६६
संख्या—४५०३/ब

अस्पताल रोड
भागरा।
दिनांक—जून २३, १९६१

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी,
प्रोपराइटर,
इण्डियन बुक डिपो,
बड़ा बाजार,
कलकत्ता ।

प्रिय महोदय,

हमें यह सूचित करते हुये अत्यन्त हर्ष होता है कि आपके आदेश संख्या १५०३ दिनांक १ जून १९६१ के अनुसार पुस्तकें मासगाटी से आज रवाना कर दी हैं। बिल्टी संख्या ८६० इलाहाबाद बैंक के द्वारा इस आदेश के साथ भेजी जा रही है कि वे ६७६ रु० के एक माह के बिल पर आपकी स्वीकृति मिलने पर बिल्टी आपको दे दें। सलग्न बीजक से आपको ६७६ रु० का विवरण स्पष्ट हो जायगा। कृपया बिल की स्वीकार करके बिल्टी लेकर माल छुड़ा दें।

आशा है कि माल आपकी रुचि के अनुसार होगा और भविष्य में भी आप हमें अपनी सेवा का अवसर देंगे।

भवदीय

बन्धूदयालाल बसल

साम्भेदार ।

(५) बैंक के द्वारा बिल्टी भेजने का पत्र

साहित्य भवन

पुस्तक विक्रेता एवं प्रकाशक

सार का पता—'बुक'

टेलीफोन न०—३०६६

संख्या ३५०४/ब

मैनेजर,

अस्पताल रोड,

आगरा ।

दिनांक—जून २३, १९६१ ।

इलाहाबाद बैंक लिमिटेड,

आगरा ।

प्रिय महोदय,

हम आपकी श्री कैलाशनाथ मुकर्जी, प्रोपराइटर, इण्डियन बुक डिपो, बड़ा बाजार, कलकत्ता की भेजे गये माल की बिल्टी संख्या ८६०, बीजक तथा ६७६ रु० का एक माह का बिल भेज रहे हैं।

कृपया बिल पर स्वीकृति पाते ही बिल्टी उक्त पुस्तक विक्रेता को सौंप दें और बिल की अवधि समाप्त होने पर बीजक की रकम, अपना कमिशन तथा बिल की रकम भेजने का व्यय उनमें वसूल करने और उनमें प्राप्त हुई रकम को हमारे चानू खाते में जमा कर दें।

भवदीय

बन्धूदयालाल बसल

साम्भेदार ।

बिल का नमूना

₹ ६७६.००

भागरा

२३ जून, १९६१

स्टाम्प

आज से तीस दिन पश्चात् हमारी
आज्ञानुसार केवल छ सौ उनासी रुपये
मूल्य के बदले भुगतान कीजिये।

हेतु—साहित्य भवन
क. हैयालाल बसल
साभेदार।

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी
प्रोपराइटर, इण्डियन बुक डिपो,
बड़ा बाजार,
कलकत्ता।

(vi) शिकायत सम्बन्धी प्रश्नोत्तर

(१) विक्रेता को पत्र
इण्डियन बुक डिपो
पुस्तक विक्रेता

संख्या—१०४
मैसर्स साहित्य भवन,
ग्रस्पताल रोड,
भागरा।

बड़ा बाजार,
कलकत्ता।

दिनांक जून २७, १९६१।

प्रिय महोदय,

आपके सूचना-पत्र दिनांक २७ जून, १९६१ के अनुसार हमने इलाहाबाद बैंक
को स्वीकृति देकर बिस्फी प्राप्त करली और माल खुदा लिया। परन्तु हमें खेद है कि
माल के सम्बन्ध में निम्नलिखित दोष देखने में आये —

१. बीजक में आपने १०% व्यापारिक छूट काटी है जबकि इसकी दर हमारे
आपके बीच १५% तय हुई थी।

२. श्री सक्सेना लिखित औद्योगिक समूहों की केवल ३० प्रतिशत ही आपने
हमकी भेजी है जबकि बीजक में हमसे १०० प्रतिशत का मूल्य चार्ज लिया गया है।

आपको शेष बीजक प्रतिशत भेजने की आवश्यकता नहीं है लेकिन उक्त दोनो
बातों के लिये 'क्रेडिट नोट' भेजने की कृपा करें।

भवदीय

कैलाशनाथ मुकर्जी,
प्रोपराइटर।

३,१०० ६० प्रती तक भदा नहीं किये । हम अब और प्रतीक्षा नहीं कर सकते । मत लौटती ढाक द्वारा चैक भेजने की कृपा करें ।

भवदीय
कन्हैयालाल बसल
साम्भेदार ।

(४)

साहित्य भवन
पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता

तार का पता 'बुक'
टेलीफोन न० ३०६६
सदया—२५०/स

अस्पताल रोड,
भागरा ।
अगस्त १, १९९१

श्री कैलाशनाथ मुकर्जी,
बड़ा बाजार,
कलकत्ता ।

प्रिय महोदय,

हमें अत्यन्त खेद के साथ लिखना पड़ रहा है कि आपने हमारे जून १५, जुलाई १ एवं जुलाई १५ के पिछले तीन पत्रों पर कोई ज्वाब नहीं दिया और न ३१०० ६० का भुगतान ही किया है । अब हम अधिक प्रतीक्षा करने में असमर्थ हैं । हमें दुःख के साथ लिखना पड़ता है कि यदि आपने १० अगस्त तक भुगतान न किया तो हमें अन्य साधनों की शरण लेनी पड़ेगी ।

भवदीय,
कन्हैयालाल बसल
साम्भेदार ।

(VIII) एजेन्सी सम्बन्धी पत्र-व्यवहार

आजकल अधिकांश व्यापार एजेंटों के द्वारा किया जाता है । विदेशों में तो एजेंसी प्रणाली बहुत प्रचलित है । एजेंसी सम्बन्धी पत्र-व्यवहार करते समय समुचित सावधानी रखनी चाहिये । जो व्यक्ति या फर्म किसी व्यापारिक संस्था की एजेंसी लेना चाहती है उसे ऐसे कार्य का भार समालाने की योग्यता अपने अन्दर होना प्रमाणित करना चाहिये । एजेंसी लेने वाले को स्थानीय परिस्थितियों का पूर्ण ज्ञान आवश्यक है, उसके महत्वपूर्ण सम्बन्ध होने चाहिये, उसको एजेंसी के व्यापार का दीर्घ अनुभव होना चाहिये तथा माल की बिक्री का उचित संगठन करने की क्षमता भी होना आवश्यक है । अपने पक्ष में कुछ उपयुक्त सदर्भ भी उसको देना चाहिये जिनमें, पूछताछ करके एजेंसी देने वाली व्यापारिक संस्था प्राप्ति की योग्यता के बारे में अपना सतोष कर सके । यह आवश्यक है कि एजेंसी सम्बन्धी समस्त शर्तें प्रारम्भ में तय हो जायें, जिससे कि आगे चलकर अनबन का अवसर न आवे ।

एजेन्सी देने वाली व्यापारिक संस्था या निर्माता को भी यह चाहिये कि एजेन्सी लेने वाले को यह विश्वास दिलावे कि उसका माल जल्द बिकने वाला है, जिससे वह एजेन्सी लेकर पर्याप्त लाभ कमा सकता है।

नीचे हमने एजेन्सी लेने के प्रस्ताव और उसकी स्वीकृति के पत्रों का नमूना दिया है —

(१) एजेन्सी लेने का प्रस्ताव विजय पुस्तक सदन

टेलीफोन न०—४१

तार का पता—'पुस्तक' ग्वालियर।

३०, पाटनकर बाजार,

ग्वालियर।

दिनांक—जुलाई १, १९६१

सर्व श्री मानिकचन्द बुक टिपो,

खजुरी बाजार,

इन्दौर।

प्रिय महोदय,

हमें आपके साथ गत दस वर्षों से व्यापार करते रहने का भवसर मिला है और हम आपके प्रकाशनों के लिये ग्वालियर एवं निकटवर्ती केन्द्रों में एक विशाल बाजार विकसित करने के लिये सदा ही प्रयत्नशील रहे हैं। लेकिन हमने यह अनुभव किया है कि यदि आपके प्रकाशनों का स्टॉक रखने की कोई स्थाई व्यवस्था यहाँ हो जाय, तो स्थानीय माँग में पर्याप्त वृद्धि हो सकती है।

इस सम्बन्ध में हम आपसे इसको संभालने के लिये अपने संगठन और अपनी क्षमता के बारे में दो शब्द कहने की अनुमति चाहते हैं। हमारी फर्म में चार सम्भार हैं, जोकि शिक्षित एवं अनुभवी हैं तथा अन्य पुस्तक विक्रेताओं के साथ हमारे बहुत पुराने सम्बन्ध हैं। इस समय हम लगभग १०० शिक्षण संस्थाओं को उनके पुस्तकालयों के हेतु आवश्यक पुस्तकें सप्लाई कर रहे हैं। हाल ही में हमने अपनी शाखाएँ मुरैना व मिर्जा केन्द्रों में खोली हैं।

हमें विश्वास है कि आप ग्वालियर एवं निकटवर्ती क्षेत्र के लिये अपनी पुस्तकों की एजेन्सी देने के प्रस्ताव पर गम्भीरता से विचार करेंगे।

आपके उत्तर की हम उत्सुकता से प्रतीक्षा कर रहे हैं।

आपका शुभ चिन्तक,
विजय पुस्तक सदन की ओर से
विजयकुमार,
पार्टनर।

(२) एजेन्सी देने की स्वीकृति

मानिकचन्द बुक डिपो

तार का पता 'बुक' इन्दौर ।

टेलीफोन न०—२३५८ ।

कम सख्या—६/अ

खजूरी बाजार,

इन्दौर ।

दिनाङ्क जुलाई ७, १९६१

महोदय विजय पुस्तक सदन,

३० पाटनकर, बाजार,

खालियर ।

प्रिय महोदय,

विषय :—हमारे प्रकाशनों की एजेन्सी

आपके पत्र दिनांक ७ जुलाई १९६१ के लिये धन्यवाद ।

खालियर एवं उसके निकटवर्ती केन्द्रों में हमारा प्रतिनिधित्व करने या हमारे सम्पूर्ण प्रकाशनों का स्टॉक रखने वालों की कोई फर्म अभी तक नहीं है । निस्सन्देह गत दस वर्षों से हमारे आपके साथ घनिष्ठ व्यापारिक सम्बन्ध हैं और हम आपकी क्षमता से पूर्ण परिचित हैं । हमें राज्य के इस भाग के लिये आपको अपनी एजेन्सी देने में प्रसन्नता होगी ।

साथ में हम एजेन्सी की साधारण नियमावली आपको सूचनार्थ भेज रहे हैं । आपकी सहमति प्राप्त होते ही औपचारिक कागज पत्र आपकी सेवा में भेज दिये जावेंगे ।

आशा है कि भविष्य में भी आप इसी प्रकार हमें अपनी प्रमूल्य सहयोग देते रहेंगे ।

आपका शुभचिन्तक,

मानिकचन्द बुक डिपो की ओर से

मनमलाल,

पार्टनर ।

सलम पत्र—१

(IX) बीमा सम्बन्धी पत्र-व्यवहार

वर्तमान युग में बीमा के गुणों का जितना बखान किया जाय उतना ही कम है । यह जीवन एवं सम्पत्ति को सुरक्षा प्रदान करता है, जो कि प्रति दाए किसी भी सिकट के शिकार हो सकते हैं । अतः प्रत्येक व्यापारी अपनी व्यापारिक सम्पत्ति की सुरक्षा के लिये बीमा कराना एक आवश्यक कर्तव्य समझता है । बीमा के लिये दिया गया प्रीमियम वास्तव में व्यय न होकर एक निविद्योग है, जिसके फलस्वरूप निश्चिन्त होकर व्यापारी अपनी योजनाओं को कार्यान्वित कर सकता है । बीमा कराने के लिये किसी बीमा कम्पनी को पत्र लिखा जाता है जो कि एक प्रस्ताव पत्र भेज देती है । इस प्रस्ताव पत्र में पृथ्वी गई बातों को सही-सही मर कर आवश्यक

प्रोमियम राशि के साथ कम्पनी के स्थानीय कार्यालय में डिपॉजिट करा दिया जाता है। कम्पनी प्रस्ताव-पत्र की परीक्षा करके उसे स्वीकार कर लेती है और ओलियम प्रारम्भ हो जाता है। नीचे बीमा कराने से सम्बन्धित पत्र व्यवहार का नमूना दिया गया है।

(१) बीमा कम्पनी से प्रस्ताव-पत्र मगाना
विजय पुस्तक सदन

टेलीफोन न०.—४०

तार का पता —‘पुस्तक’ ग्वालियर।

३०, पाटनकर बाजार,

ग्वालियर।

दिनांक —३०, १९६१,

दी मैनेजर,

न्यू इण्डिया जनरल एश्योरेन्स क० लि०,

इन्द्रगज,

ग्वालियर।

प्रिय महोदय,

हम अपनी पुस्तक के स्टॉक के सम्बन्ध में १०,००० का अग्नि बीमा पत्र लेना चाहते हैं। कृपया आवश्यक प्रस्ताव-पत्र और अन्य विवरण भेजने का कष्ट करें।

आपके उत्तर की प्रतीक्षा में,

हम हैं आपके,

विजय पुस्तक सदन की ओर से

विजयकुमार,

पार्टनर।

(२) प्रस्ताव-पत्र भेजने का पत्र

दी न्यू इण्डिया जनरल इन्श्योरेन्स क० लि०

प्रधान कार्यालय :—दिल्ली

टेलीफोन न० —५४७०

तार का पता—“बीमा”

इन्द्रगज,

ग्वालियर।

दिनांक —५ जुलाई, १९६१,

क्रम संख्या —प्र/५१

सर्व श्री विजय पुस्तक सदन,

पाटनकर बाजार,

ग्वालियर।

प्रिय महोदय,

आपका पत्र, दिनांक ३० जून, १९६१ प्राप्त करके हमें अत्यन्त हर्ष हुआ और आपकी प्रार्थना के उत्तर में हम अपना प्रस्ताव-पत्र एवं प्रीमियम विवरण-पुस्तिका भेज रहे हैं। हमारे स्थानीय एजेंट श्री मोहनलाल गीतम बी० ए० भी इस सम्बन्ध में आपसे सौजन्य मिलेंगे।

सदैव आपकी सेवा के लिये प्रस्तुत,

हम हैं

आपके शुभ चिन्तक

बी०यू इण्डिया जनरल इन्श्योरेन्स क० लि० के लिये,

चन्द्रमोहन,

जनरल मैनेजर।

(X) बैंक सम्बन्धी पत्र-व्यवहार

बैंक से व्यापारिकों को प्रायः काम पड़ता है। प्रत्येक व्यापारी एक न एक बैंक में अपना खाता अवश्य रखता है, जिसमें वह अपना खर्चा-पैसा व ग्राहकों से प्राये हुये बैंक जमा करता है तथा चेक लिख कर भुगतान करता है। आवश्यकता पड़ने पर उसे बैंक से मोबल ड्राफ्ट की सुविधा भी मिल जाती है। वह अपने नये ग्राहकों की आर्थिक अवस्था के बारे में बैंक से जानकारी प्राप्त कर सकता है। जब माल बेचा जाता है, तो वह बिस्वी बैंक के द्वारा भेज कर सुविधा से भुगतान प्राप्त सकता है। नीचे हम बैंक सम्बन्धी कुछ पत्रों के नमूने दे रहे हैं —

(१) पास बुक पूर्ण करके भेजने के लिये बैंक को पत्र
विजय पुस्तक सदन

१३, पाटनकर बाजार
ग्वालियर।

दिनांक — ३० मार्च, १९६१।

सर्वश्री कृष्णराव अन्तेव बैंक (प्राइवेट) लि०,
ग्वालियर।

प्रिय महोदय,

हमारा हिसाबो वर्ष कल समाप्त हो रहा है। यदि आप हमारी पास बुक को पूर्ण करके ३ अप्रैल तक भेज दें, तो बड़ी प्रशन्नता होगा।

आपका शुभचिन्तक,

विजय पुस्तक सदन की ओर से

विजय कुमार,

पार्टनर।

(२) बैंक की अप्रतिष्ठा के सम्बन्ध में बैंक की पत्र
विजय पुस्तक सदन

१३, पाटनकर बाजार,
ग्वालियर ।

दिनांक — १ अप्रैल, १९६१,

मैनेजर,

कृष्णराव बल्देश बैंक (प्राइवेट) लि०,

ग्वालियर ।

प्रिय महोदय,

हमें यह देखकर आश्चर्य हुआ कि आपने हमारे बैंक न० C/१००४१ दिनांक २५ मार्च, १९६१ को, जो कि हमने श्री मोहनलाल के पक्ष में ५०० रु० के लिए काटा था, "जमाये मग्न नही हुई" लिखकर अप्रतिष्ठित कर दिया ।

हमारा बैलेन्स आपके पास, पिछला बैंक भुगतान होने के पश्चात्, ५०० रु० था । २६ मार्च को हमने एक स्थानीय बैंक ३०० रु० का आपके पास संप्रहार्य भेजा, जिससे उक्त बैंक को प्रतिष्ठित करने के लिए आपके पास हमारा पर्याप्त बैलेन्स हो जाता है ।

चूंकि आपको उक्त रकम संग्रह करने के लिए पर्याप्त समय था, इसलिए हमें प्रसन्नता होगी यदि आप हमारे बैंक की अप्रतिष्ठा कर देने के कारण सूचित करेंगे ।

आपका शुभचिन्तक
विजय पुस्तक सदन की ओर से,
विजयकुमार,
पार्टनर ।

(३) बैंक में चालू खाता खोलने का पत्र
कुटीर उद्योग विक्री केन्द्र

टेलीफोन नं० — ५०१

नारायणदाम का बाडा,
ग्वालियर ।

दिनांक — १ अप्रैल, १९६१ ।

श्री सेंट्रल बैंक आफ इण्डिया लि०

ग्वालियर ।

प्रिय महोदय,

हम आपके बैंक में चालू खाता खोलना चाहते हैं । हमें १,०००) रु० की खुली साख आवश्यक होगी और हम आपको यथेष्ट व्यापार देने का आश्वासन प्रदान कर सकते हैं । यदि आप इसके लिए तैयार हो, तो कृपया आवश्यक शर्तें लिखकर भेजें ।

भीचे हम दो प्रतिष्ठित व्यापारियों के सदस्य भेज रहे हैं जिनमें आप हमारी आर्थिक समस्या के बारे में आवश्यक सूचना प्राप्त कर सकते हैं।

(१) चन्द्रमहल थियेटर्स,
उदय जी का पायगा,
ग्वालियर।

आपका शुभचिन्तक
कुटीर उद्योग बित्री केन्द्र की ओर से,
ललित मोहन,

(२) मैसर्स गगवाल इन्डस्ट्रीज,
जनक पञ्ज,
ग्वालियर।

मैनेजर।

अभ्यास के प्रश्न

१. आगरे के एक फर्नीचर डीलर ने आपसे विभिन्न प्रकार की घलमारियों, कुर्सियों एवं मेजों के दाम पूछे हैं। कृपया एक उपयुक्त पत्र लिखिए।
२. एक पत्र द्वारा मोहनदास एण्ड सन्स, कपड़े के थोक व्यापारी, कानपुर को विभिन्न प्रकार के कपड़ों के लिये आर्डर दीजिये। मूल्य माल की प्राप्ति पर चुकाय जायगा। माल १५ दिनों के अन्दर आ जाना चाहिये।
३. रेलवे कम्पनी को इस आशय का पत्र लिखिये कि आपको जो माल बम्बई के रेडियो हाउस ने बिस्फी स० ५५३/ए दिनांक १६ जनवरी १९६१ के अन्तर्गत भेजा था, वह रेल कर्मचारियों की लापरवाही से टूट-फूट गया है। ५,०००) की क्षतिपूर्ति का दावा प्रस्तुत करिये।
४. एजेंसी सम्बन्धी पत्र-व्यवहार में किन-किन बातों का ध्यान रखना चाहिए।
५. सर्व श्री गुप्ता कलाथ स्टोर्स की ओर से जीवाजीराव काटन मिल कम्पनि लिमिटेड बिरसा नगर को एक पत्र लिखिए, जिसमें उनकी मोल एजेंसी लेने का प्रस्ताव हो।
६. उपर्युक्त पत्र का एक थोड़ा उत्तर ड्राफ्ट कीजिए।
७. नारायणदास भगोलीवाल एण्ड सन्स की ओर से ओरियंटल जनरल इन्स्योरेस कम्पनी की एक पत्र लिखिए जिसमें उनकी मोटर का 'दुर्घटना-बीमा' कराने का इरादा प्रकट किया हो। बीमा कम्पनी की ओर इसका उत्तर भी तैयार कीजिए।
८. एक बुकसेलर अपने बैंक में कुछ ओवर ड्राफ्ट लेना चाहता है। उसकी ओर से बैंक को आवश्यक पत्र लिखिये।
९. मैसर्स बगल इण्डस्ट्रीज पञ्जाब नेशनल बैंक में अपना चालू खाता खोलना चाहते हैं। कृपया फर्म की ओर से बैंक के एजेंट को आवश्यक पत्र लिखिए।

तार भेजना (Sending Of Telegrams)

तार द्वारा समाचार भेजना

शीघ्र समाचार भेजने का एक ठोस तार द्वारा समाचार देना है। तार का काम भी डाक-विभाग के समतर्गत होता है। इसलिये इस विभाग को 'डाक व तार विभाग' कहते हैं। तार से समाचार देने का काम सभी डाक-खानों में नहीं होता। केवल बड़े शाखा कार्यालय ही इस काम को करते हैं। देश भर में डाकखानों का एक जाल सा बिछा हुआ है। तार का काम करने वाले डाकखानों तक हर किसी की पहुँच प्राप्तानी से हो सकती है। डाकिया तार को दूर-दूर के गाँवों में बाँटने जाता है। इस तरह देश के किसी भी भाग में तार द्वारा समाचार भेजा जा सकता है। तार द्वारा समाचारों के एक स्थान से दूसरे स्थान को पहुँचाने में कुछ ही मिनट लगते हैं। इनमें खर्चा भी टेलीफोन की अपेक्षा कम पड़ता है। इसलिये शीघ्र समाचार देने के लिये तार का बड़ा काम में लिया जा रहा है।

जिन डाकखानों में तार देने का काम होता है वहाँ तार भेजने की एक मशीन रहती है। इस मशीन पर बैठा हुआ तार बाबू खट् खट् के बड़े इशारों द्वारा समाचार भेजता है, जिसे सुनकर गन्तव्य शहर के डाक खाने का तार बाबू साधारण भाषा में तार के फार्म पर उतार लेता है और लिफाफे में बन्द कर तार बाँटने के लिये देता है। एक शहर से दूसरे शहर को समाचार के इशारे इनके बीच खम्भों के सहारे लगे हुए तारों द्वारा प्रभावित होते हैं। इसलिये इस ढङ्ग से समाचार देना 'तार द्वारा समाचार' देना कहलाता है। कुछ शहरों के बीच सीधा सम्बन्ध न होकर एक अन्य शहर के तार घर द्वारा होता है। आज कल बेतार के तार का प्राविधिकार हो जाने से दुनिया के दूसरे देशों से भी तार द्वारा सम्पर्क हो गया है।

तार लिखने की विधि

क्योंकि तार समाचार भेजने में हर शब्द के पैसे लगते हैं, इसलिये यह आवश्यक है कि तार द्वारा समाचार भेजने में जरूरी शब्द ही लिखें जिनसे मतलब हल हो

जाय : अनावश्यक शब्द न लिखें । तार लिखते समय नीचे लिखी बातों को ध्यान में रखें —

- (१) सादर सूचक या शिष्टाचार सम्बन्धी शब्द और वाक्य न लिखे जायें ।
- (२) कोई बात जोर डालने की दृष्टि से दुहराई न जाय ।
- (३) यह आवश्यक नहीं है कि समाचार पूर्ण वाक्यों में ही हो अर्थात् भाषा-करण के अनुसार रचना का ध्यान रखना आवश्यक नहीं है । अतएव क्रियायें, क्रोमा, फुनस्टाप आदि प्रयोग नहीं किये जाते ।
- (४) अनावश्यक समाचार न दिया जाय ।
- (५) ऐसे शब्द प्रयोग करो जो अधिक समाचार सूचित करें ।
- (६) डाकखाने के तार सम्बन्धी नियमों के अनुसार जिन शब्दों को मिलाया जा सकता है, उनको बिनाअर लिखो ताकि उनको एक शब्द गिना जावे ।
- (७) सत्या को अंको में न लिखकर शब्दों में लिखो ।
- (८) किसी भी शब्द में १५ से अधिक अक्षर नहीं होने चाहिये, अर्थात् उसको दो शब्द मान लिया जायगा । किन्तु कुछ प्रयोग करने की दशा में शब्द में १० से अधिक अक्षर न हो ।
- (९) यदि पाने वाले का कोई मलग तार का पता हो तो उसका उपयोग करना चाहिये, क्योंकि इससे खर्च कम हो जाता है ।

तार भेजने का ढंग

डाकखाने से तार के फार्म मुफ्त मिलते हैं । बड़े-बड़े व्यापारी, जिन्हें प्रायः तार भेजने का प्रवृत्ति पडा करता है, इन फार्मों को इकट्ठा मंगवा कर रख लेते हैं । प्रतिद्वय वाले फार्मों की काफी छ नये पैसे में मिलती है, जिसमें ५० फार्म होते हैं और बिना प्रतिद्वय (Counterfoil) वाले फार्मों की काफी भी नये पैसे में आती है । यदि कभी तार का फार्म प्राप्त न हो, तो सादे कागज पर ही समाचार दिया जा सकता है । तार के फार्म का नमूना पृष्ठ ४८ पर दिया गया है ।

फार्म के ऊपरी भाग में तार बाबू अपने मोट लिखता है । यदि टिकट बिपकाने की जगह कम रहे, तो शेष टिकट तार की पीठ पर बिपकाये जा सकते हैं । यदि तार जरूरी हो, तो सामने के खाने में 'जरूरी' शब्द लिख देना चाहिये । कुछ न लिखा होने पर तार साधारण समझा जायगा । राज्य-सम्बन्धी तार (अर्थात् वे तार जो सरकारी अफसर राज्य सम्बन्धी मामलों के लिये भेजे) कम महमूल पर सेनाये जाते हैं । साथ ही उनको जनता के तारों से पहले लिया और बांटा जाता है । अतः यदि तार राज्य सम्बन्धी हो, तो 'राज्य-सम्बन्धी शब्द डाकखाने की सूचना के लिये सामने के खाने में लिख देना चाहिये । पाने वाले का नाम और पता ठीक-ठीक और स्पष्ट लिखा होना चाहिये, नहीं तो तार के पाने वाले को ढेर से मिलने या न मिलने की जिम्मेदारी तार घर पर नहीं होगी । पाने वाले के निवास स्थान के

टिकट जो तारघर हो उसका पते में देना आवश्यक है। अगर नाम न मालूम हो तो डाकखाने का नाम ही दिया जा सकता है।

समाचार के विषय को खानों में (एक शब्द एक खाने में) लिखते हैं। यदि भेजने वाला अपना नाम और पता दोनों ही सूचित करना आवश्यक समझे, तो उन्हें 'तार से भेजिये' वाली लाइन में लिखना चाहिये। साधारणतः पाने वाले को भेजने वाले का पता मालूम रहता है। इसलिये भेजने वाला इस लाइन में केवल अपना नाम लिख देता है 'तार से न भेजा जाय' की लाइन में भेजने वाले को अपना नाम और पता अनिवार्यतः देना पड़ता है। क्योंकि यह भेजने के लिये नहीं है, इसलिये इसका चार्ज भी कुछ नहीं लगता। डाकखाने के अधिकारी इसे अपने हवाले के लिये लिखवाते हैं।

तार के फार्म को ठीक से भर कर तार घर ले जाया जाता है।^१ तारबाबू समाचार के शब्दों को गिन कर तार की धोखी के हिसाब से महसूल बता देता है। उतने के टिकट स्टाम्प बेचने वाले बाबू से मोल लेकर टिकट की जगह चिपका दिए जाते हैं। अब तार बाबू फार्म के ऊपरी भाग में तार देने की तारीख, शब्दों की सख्या महसूल आदि बातें नोट करके उस पर मोहर लगा देता है और उतने भाग को फार्म से छलग करके भेजने वाले को रसीद के रूप में दे देता है। इसे सभाल कर रखना चाहिये, क्योंकि किसी शिकायत के अवसर पर उसका हवाला देना पड़ेगा। अगर तार पाने वाले को न दिया जा सके, तो वह भेजने वाले को वापिस लौटा दिया जायगा।

देशी तार (Inland Telegrams)

देश के अन्दर भेजे जाने वाले तारों को देशी तार कहते हैं। इनके विभिन्न भेद इस प्रकार हैं —

(१) साधारण तार—ये तार केवल नियत घण्टों के बीच ही भेजे और बंटे जा सकते हैं। इनकी छुट्टियों के दिन स्वीकार नहीं किया जाता है। ये क्रमानुसार भेजे जाते हैं। इनका महसूल इस प्रकार है—पहले आठ शब्दों तक ८० नये पैसे और इसके बाद प्रत्येक शब्द के लिये २ नये पैसे।

(२) जहरी तार—जहरी तार (Urgent Telegrams) किसी भी समय भेजे और बंटे जाते हैं। इनका महसूल साधारण तार की अपेक्षा दो गुना लगता है।

(३) जवाबी तार (Reply Paid Telegrams)—जवाबी पोस्टकार्ड की तरह जवाबी तार भी भेजे जा सकते हैं। भेजने वाला तार भेजते समय जवाब के लिये कुछ धन जमा करा देता है, जो किसी भी दशा में आठ शब्दों के न्यूनतम चार्ज

१—बड़े तारघर हर समय और छोटे तारघर १० बजे से ५ बजे तक खुले रहते हैं। मार्ग के बंद तारघर को १ रु० शुल्क देकर खुलवाया जा सकता है। शुल्क के लिये तार पर उतने मूल्य की टिकटें लगानी पड़ती हैं।

र०	न० पैसे	भारतीय डाक और तार विभाग		
कुल धन स लिपि भेजने वाला आफिस सेवा में कोड आजाये		घन्टा मिनट मेजा पोस्ट वास्ते द्वारा	शब्द	डाक टिकट लगाने का स्थान
			व्यय र० न० पैसे	

इस पत्रि से ऊपर भेजने वाले को कुछ भी
नहीं लिखना चाहिये

यदि तार जहरी है तो यहाँ 'जहरी' लिखिए		यदि तार राज्य-सम्बन्धी है तो यहाँ 'राज्य- सम्बन्धी, लिखिये	
यदि तार जवाबी है तो 'जवाबी तार' तथा भुगतान द्वारा धन लिखिये	वास्ते	{ नाम पता तारघर	
.	.	.	.
...

तार से भेजने के लिये—

तार द्वारा न भेजा
जाय

{

से कम नहीं होना चाहिये। कितनी रकम इस प्रकार जमा कराई गई है, इसका उल्लेख तार के फार्म में कर देना चाहिए। तार पाने वाले को तार के साथ एक कोरा फार्म भी दिया जाता है, जिसमें वह जमा कराई रकम की सीमा तक समाचार लिख कर भेज सकता है। ऐसी दशा में उमे तार के फार्म में उपयुक्त स्थान पर 'जवाबी तार' (Reply Paid) शब्द लिख देना चाहिये। यदि समाचार अधिक होने से उसे कुछ टिकट अपने पास से भी लगाने पड़े तो इस शब्द के आगे उन टिकटों की रकम भी खोल देनी चाहिये। तार का जवाबी फार्म दो महीने तक काम में जाया जा सकता है और यदि वह काम में नहीं लाया जाता, तो प्रार्थना-पत्र देकर टेलीग्राफ बैंक कार्यालय कसकता से जमा की हुई रकम लौटाई जा सकती है।

(४) बचाई के तार—कुछ मुम अवसरों जैसे बड़ा दिन,, नववर्ष दीपावली, ईद, विवाह, जन्म दिवस, परीक्षा में सफलता आदि पर लोग बचाई के तार भेजते हैं। इन तारों पर रियायती महसूल लिया जाता है, जो इस प्रकार है—पाने वाले के नाम और पते के लिए चार शब्द, भेजने वाले के नाम का एक शब्द और समाचार का एक शब्द। इस प्रकार ६ शब्दों का महसूल साधारण तार द्वारा भेजने में ५० नये पैसे और जरूरी तार से भेजने में इसका दो गुना लगता है। डार्लान की प्रदर्शक पुस्तिका में ऐसे अवसरों पर भेजने के लिये समाचार सम्बन्धी कुछ चुने हुए वाक्य दिये गये हैं। प्रत्येक वाक्य का एक अलग नम्बर होता है। तार में समाचार के वाक्य की जगह यह नम्बर लिख दिया जाता है। पाने वाला तारधर उस नम्बर को समाचार में उल्टा कर देता है और आकर्षक लिफाफों में रचकर वितरित करता देता है। यह उल्लेखनीय है कि इन तारों में अपने निजी वाक्य नहीं लिखे जा सकते। यदि ऐसा न किया गया तो साधारण तार की दर से महसूल देना पड़ेगा।

हम नीचे इस प्रकार के सन्देशों की तालिका का एक अंश उद्धृत करते हैं।

No	Occasion	Stock Phrases
1	Diwali	Heartiest Dewali greetings
2	Id	Id Mubarak
4	New Year	A happy new year to you
10	Examination	Heartly congratulations on your success in the examination
13	Acknowledgment for greetings	Many thanks for your good wishes

(५) **अनेक पत्तों पर एक तार (Multiple Address Telegram)**—एक ही तार सुपुर्दगी के क्षेत्र में एक से अधिक व्यक्तियों को भेजा जा सकता है। इसमें सन्देश भेजने और पाने वाले व्यक्तियों के नाम और पते दे दिये जाते हैं और महमूल इस प्रकार लगाया जायगा :—

(१) समाचार के शब्द ,

(२) सभी पाने वाले व्यक्तियों के नाम और पते के शब्द ,

(३) पहले व्यक्ति को छोड़ कर शेष सब पाने वालों के लिये २५ नये पैसे की प्रतिरिक्त फीस ।

(४) समाचार में १०० से अधिक शब्द होने पर २५ नये पैसे प्रति सौ शब्द प्रतिलिपि कराईं ।

इस प्रकार स्पष्ट है कि इस व्यवस्था से तार भेजने वाले की अलग-अलग तार भेजने की मेहनत एवं कीम बच जाती है ।

(६) **टेलीफोन द्वारा तार (Phonograms)**—उन लोगों के आराम के लिये जिनके घर या दुकान में टेलीफोन लगा है, तार विभाग ने तारों को टेलीफोन द्वारा पाने और भेजने की व्यवस्था की है। टेलीफोन द्वारा जाने और आने वाले तारों को Phonograms कहते हैं। जब इस प्रकार कोई तार भेजना हो, तो पहले तो टेलीफोन पर तार के शब्दों की सख्या बता देनी चाहिए और तत्पश्चात् एक-एक शब्द धीरे-धीरे और स्पष्ट बोलना चाहिए। तारपर में यह तार लिख लिया जाता है और फिर उसके पाने वाले को भेज दिया जाता है। इस प्रकार के तारों के सम्बन्ध में महसूल के लिये एक इकट्ठी रकम पहले से ही तारघर में जमा करा दी जाती है या बाद की भी तार भेजने के ५ दिन के भीतर चुकता की जा सकती है। तारघर भेजे गये समाचार की एक नकल भी भेजने वाले के पास उसके सतोष के लिए भेज देता है। प्रत्येक तार पर साधारण महमूल के अनुरिक्त १४ नये पैसे फीस और देनी पड़ती है। (केवल उन्ही स्थानों में जहाँ मीटर प्रणाली नहीं है) ।

भाये हुए समाचार टेलीफोन द्वारा पाने वाले को भेजे जा सकते हैं। यदि एक घण्टे के अन्दर पाने वाला अपनी तार नहीं सुन पाता, तो वह तार चपरासी द्वारा मित्रता दिया जाता है। इस प्रकार भाये हुये तारों की नकल भी पाने वाले को भेज दी जाती है ।

(७) **समाचार-पत्रों के तार (Press Telegrams)**—समाचार-पत्रों को समाचार के तार प्रतिदिन हजारों की सख्या में भेजे जाते हैं। इन पर साधारण लोगों के तारों की अपेक्षा कम महमूल लिया जाता है। देर के अन्दर इन तारों को साधारण दग में भेजने पर पहले ५० शब्दों तक ७५ नये पैसे और इसके बाद प्रति पाँच नये शब्द पर ७ नये पैसे लगता है। सीधे भेजने के लिये २० शब्दों तक १५० पैसे तथा प्रत्येक अनुरिक्त ५ शब्दों या इसके भाग के लिये १३ नये पैसे ।

(८) राज्य तार (State Telegrams)—सरकारी अधिकारी इन तारों को राजकीय कार्यों के लिए ही प्रयोग कर सकते हैं। इन पर 'राजकीय' शब्द लिखा रहता है और महसूल राजकीय टिकटों (Service Stamps) द्वारा चुकाया जाता है। इन्हें दूसरे तारों से पहले भेजा जाता है।

साकेतिक एवं गुप्त तार

साकेतिक तार (Code Telegrams)—साधारणतः तार बोलचाल की भाषा में लिखे जाते हैं। इनको दूसरे लोग भी पढ़ सकते हैं। सच तो यह है कि तार पत्रों की अपेक्षा कम गोपनीय है। पत्र तो लिखने के बाद लैटर बक्स में डाल दिया जाता है और उन्हें कोई नहीं देखता। लेकिन तार लिखने के बाद तार बाबू को दिया जाता है, जो तार भेजते समय तार का समाचार जान जाता है। इसके पश्चात् तार का समाचार पाने वाले तारघर के तारबाबू को भी मालूम हो जाता है। प्रायः ऐसा भी हो सकता है कि तार का पाने वाला अपने घर या दुकान पर मौजूद न हो। ऐसी दशा में तार उसके झड़ोसी-पड़ोसी अथवा कर्मचारी को दे दिया जाता है। तार की प्रकृति उनके मन में तार को पढ़ने की उत्सुकता एवं चिन्ता उत्पन्न कर देती है। इस प्रकार इन लोगों पर भी तार का समाचार प्रगट हो सकता है। व्यवहार में प्रायः ही ऐसे समाचार भेजे जाते हैं जिनका दूसरों पर प्रगट होना अहितकर है। अतः इस बात की आवश्यकता है कि तार इस प्रकार लिखे जायें कि उनका समाचार अन्य व्यक्तियों पर प्रगट न हो। इसके लिए समाचार साकेतिक भाषा में लिखा जाता है और ऐसी भाषा के तारों को साकेतिक तार कहते हैं।

साकेतिक तार गुप्त भाषा की पुस्तक (Code) की सहायता से लिखे जा सकते हैं। गुप्त भाषा की पुस्तक वस्तुतः व्यापार में प्रायः प्रयोग होने वाले वाक्यों और वाक्यांशों का संग्रह है। प्रत्येक वाक्य अथवा वाक्यांश के लिये एक साकेतिक शब्द नियत रहता है। यह शब्द चाहे तो प्राकृतिक हो अथवा कृत्रिम। प्राकृतिक शब्द उसे कहते हैं, जो बोलचाल की भाषा से लिया गया हो और कृत्रिम शब्द जबरजस्ती बनाया हुआ शब्द है, जिसका बोलचाल की भाषा में कोई अर्थ नहीं होता। प्राकृतिक शब्दों का अर्थ भी प्रायः वह नहीं होता जो बोलचाल में समझा जाता है अपितु उनका संकेत उस अर्थ से है जो सम्बन्धित वाक्य से सूचित होता है। ये शब्द अपने अक्षर के आधार पर क्रमानुसार लिखे जाते हैं और प्रत्येक के लिए क्रम संख्या दी जाती है। शब्दों में भाषा के दस अक्षर में अधिक और सख्याओं के समूह में पाँच सख्याओं से अधिक न होना चाहिए, क्योंकि गुप्त भाषा में तार लिख कर भेजने के लिए तार विभाग प्रति शब्द दस अक्षर से अधिक और प्रति सख्या के समूह में पाँच सख्याओं से अधिक लिखने की आज्ञा नहीं देता। नियत सख्या से अधिक होने पर उनका दो शब्दों का महसूल लिया जाता है। कुछ लोग अपने प्राइवेट कोड रखते हैं और कुछ बाजार में बिकने वाले कोड ही काम में लाते हैं। गुप्त भाषा में तार भेजने के लिए

यह आवश्यक है कि पाने वाले के पास वह कोड हो जिसका प्रयोग भेजने वाले ने किया है। नीचे एक कोड के एक पृष्ठ का कुछ भाग नमूने के तौर पर दिया जाता है—

श्री बसन्तलाल का प्राइवेट कोड

५६०३	महेसा	माल
५६०४	मदन	माल सब जहाज पर चढ़ा दिया है
५६०५	महन्ड	माल सभी जहाज पर नहीं चढ़ाया है
५६०६	मकरन्द	माल जहाज पर चढ़ाया जायगा
५६०७	मुकन्दरी	माल जहाज पर नहीं चढ़ाया जायगा
५६०८	मधुरा	माल जहाज पर नहीं चढ़ाया या
५६०९	महादेव	माल उतार लिया गया है
५६१०	महारामा	माल नहीं उतारा गया है
५६११	महेस्वर	माल अभी नहीं आया है
५६१२	मस्तराम	माल आ रहा है
५६१३	मधुर	माल उतारा जा रहा है
५६१४	मनकद	माल नमूने के अनुसार नहीं है
५६१५	मुरारी	माल स्वीकार है
५६१६	मन्खन	माल स्वीकार नहीं है

मान लीजिये हम नीचे लिखा समाचार बम्बई भेजना है—

“माल नमूने के अनुसार नहीं है। माल स्वीकार नहीं है।”

यदि हम इसे उक्त रूप में भेजें तो लगभग १० शब्द का चार्ज देना पड़ेगा। इस संदेश को सांकेतिक भाषा (Code language) में इस प्रकार बदला जा सकता है—

(१) सर्वप्रथम संदेश को संक्षिप्त वाक्यों एवं शब्द वाक्यों में लिख लो।

(२) उपर्युक्त प्रत्येक वाक्य का शब्दवाक्य में मुख्य शब्द छंटो। ऊपर लिखे संदेश में ‘माल’ दोनों वाक्यों में मुख्य शब्द है, क्योंकि उनमें माल के बारे में कुछ कहा गया है।

(३) अब प्रमुख शब्दों के प्रथम वर्ण की सहायता से कोड में उक्त वाक्यों की संख्या तथा कोड शब्द देखिये। उपरोक्त उदाहरण में प्राप्त हुई सूचना इस प्रकार होगी।

५६१४ मनकद माल नमूने के अनुसार नहीं है

५६१६ मन्खन माल स्वीकार नहीं है।

(४) तब में केवल ‘मनकद मन्खन’ ये दो शब्द लिखे जा सकते हैं

इस प्रकार समाचार भेजने में केवल दो शब्दों का चार्ज लगेगा। साथ ही हर कोई समाचार को नहीं ध्यान सकता। बाजार के कोड में यह प्रसुधिया है कि

जिसके पास भी सम्बन्धित कोड होगा वह उस समाचार का उत्तर कर सकता है।
अतएव ऐसी दशा में गुप्त भाषा प्रयोग करना आवश्यक हो जाता है।

गुप्त भाषा के तार (Cypher Telegrams)

गुप्त भाषा में तार देने के लिए एक 'गुप्त शब्द' (Key word) की सहायता ली जाती है और इसका पता केवल व्यापारी के खास-खास व्यक्तियों को होता है। शब्द इस कार्य के लिए चुना जाय उसमें दस से अधिक या कम अक्षर नहीं हो और कोई अक्षर दुबारा न आवे। गुप्त शब्द के द्वारा संदेश किम प्रकार गुप्त भाषा में बदला जाता है, इसकी विधि इस प्रकार है —

(१) पहले संदेश को साधारण भाषा के संक्षिप्त वाक्यों या अर्थवाक्यों में लिखो।

(२) वाक्यों या अर्थ-वाक्यों के मुख्य शब्द छांटो।

(३) कोड में उनके प्रथम वर्णों की सहायता से सम्बन्धित वाक्य, साकेतिक शब्द और सत्या निकालो।

(४) गुप्त शब्द के प्रत्येक अक्षर के लिए एक से शून्य तक क्रमानुसार दसो इकाइयाँ रख लो। इसकी सहायता से साकेतिक शब्दों की सत्या को गुप्त भाषा में बदल लिया जाता है।

स	ब	ज	ग	म	न	ह	र	प	त
१	२	३	४	५	६	७	८	९	०

ऊपर के उदाहरण में साकेतिक 'मनकद' और 'मनखन' की सत्यायें क्रमशः ५,६,१,४ और ५,६,१,६ हैं। मान लो गुप्त शब्द 'स ब ज ग म न ह र प त' नियत किया गया है, तो गुप्त भाषा इस प्रकार निकासी आवेगी।

कोड सत्या	कोड शब्द	गुप्त भाषा
५६१४	मनकद	म न स ग
५६१६	मनखन	म न स न

प्रत्येक तार में 'म न स ग' 'म न स न' शब्द भेजे जा सकते हैं। तार पाने वाला 'गुप्त शब्द' की सहायता से कोड शब्द और कोट शब्द की सहायता से साधारण भाषा का सम्बन्धित वाक्य कोड में खोज लेगा और इस प्रकार संदेश समझ जावेगा।

नीचे हम एक अंग्रेजी के कोड और एक अंग्रेजी के संदेश का उदाहरण दे रहे हैं।

Extract from A. B. C. Code

6611	Gloominess	Goods not yet to hand
6612	Glorifying	Goods are in course of shipment
6613	Glorious	Goods are in course of landing
6614	Glossary	Goods are not the same as sample
6615	Glottal	Goods approved
6616	Glove	Goods not approved
6617	Glowing	Goods will be returned
6618	Glow-worm	Goods will be accepted
6619	Gluten	Do not take up the goods
6620	Gluunare	Goods accepted on approval

मान लो हमें निम्नलिखित संदेश गुप्त भाषा में भेजना है —

"Goods are not the same as sample, Goods will be returned."

इसमें मुख्य शब्द दोनो वाक्यों में Goods है। इसके प्रथम प्रक्षर 'G' की सहायता से कोड का वह पृष्ठ निकालो। 'G' से प्रारम्भ होने वाले कोड शब्द और वाक्य दिये गये हैं। तत्पश्चात् अपने मतलब के वाक्य देखो और उनके कोड शब्द व कोड सहायके नोट करलो।

उपरोक्त कोड से निम्न का पता चलता है।

6614	Glossary	Goods are not the same as sample
6617	Glowing	Goods will be returned

यदि वैकल सांकेतिक तार भेजना है तो 'Glossary' व 'Glowing' शब्द तार में लिखे जायेंगे। यदि गुप्त तार भेजना है तब तो Key word की सहायता से इन शब्दों को गुप्त भाषा (Cypher) में बदला जावेगा। मान लो Key word 'IMPORTANCE' है।

I	M	P	O	R	T	A	N	C	E
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

कोड संख्या	कोड शब्द	मुक्त भाषा
6614 6617	Glossary Glowing	T T I O T T I A

तार में संदेश के लिये 'T T I O' और 'T T I A' शब्द लिखे जायेंगे ।

विदेशी तार

विदेशी को भेजने वाले तारों को विदेशी तार (Foreign Telegrams) कहते हैं । ये केबिल द्वारा भेजे जाते हैं । अतः इनको केबिल ग्राम (Cablegram) भी कहते हैं । इन पर देशों तारों की अपेक्षा महसूल बहुत अधिक होता है । इनकी विशेष प्रकार के फार्मों पर लिखा जाता है । महसूल की दर हर देश के लिये अलग-अलग है । विदेशी तार के मुख्य भेद निम्नलिखित हैं —

(१) शीघ्र भेजने वाले विदेशी तार (Urgent Cablegrams)—ये तार अन्य तारों की अपेक्षा पहले भेजे जाते हैं । इन तारों का महसूल साधारण विदेशी तारों के महसूल का दूना लिया जाता है । भिन्न-भिन्न देशों के लिये महसूल भिन्न-भिन्न तरीके से लिया जाता है । ये तार केवल उन देशों को ही भेजे जा सकते हैं जिनके नाम तार विभाग की प्रदर्शक पुस्तक में दिये गये हैं ।

(२) साधारण विदेशी तार (Ordinary Full Rate Cablegrams)—ये तार देशी साधारण तार की तरह हैं । इनको शीघ्र भेजने वाले विदेशी तारों के बाद भेजा जाता है । इनकी महसूल दर भी अलग-अलग देशों के लिये अलग-अलग है और यह कुछ विशेष देशों को ही भेजे जाते हैं ।

(३) विलम्बित विदेशी तार (Deferred Cablegrams)—इन तारों को पूर्व वर्णित तारों के बाद भेजा जाता है और ये तारघर के काम के लिये नियुक्त समय के अन्दर ही स्वीकार किये जाते हैं । इन पर महसूल भी साधारण विदेशी तार की अपेक्षा कम (लगभग आधा) पड़ता है । इनमें कम से कम ५ शब्दों का महसूल देना पड़ता है । इनको केवल उन देशों को ही भेजा जा सकता है जिनके नाम प्रदर्शक पुस्तिका में दिये गये हैं । इन तारों को तीन प्रकार से लिखा जा सकता है — उद्गम देश की भाषा में, गन्तव्य देश की भाषा और फ्रेंच भाषा में । इन तारों पर क्रमशः L C O (Language Country of Origin), L C D (Language Country of Destination) और L. C. F (Language Country of France) लिख देने चाहिए । इनका एक शब्द माना जाता है ।

(४) पत्र सहाय्य तार (Letter Telegrams)—इन तारों पर साधारण तार का तिहाई महसूल लिया जाता है और उनकी सीमा भेजने वाले, साधारण और विलम्बित तारों के बाद स्वीकार किया जाता है। इनकी दो विस्मे होती हैं—रात्री के पत्र सहाय्य तार (Night Letter Telegrams) और दिन के पत्र सहाय्य तार (Day Letter Telegrams)। रात्रि के पत्र सहाय्य तार अंग्रेजी साम्राज्य के अन्तर्गत (आस्ट्रेलिया के अतिरिक्त) किसी भी देश को भेजे जाते हैं और पाने वाले को भेजे गये दिन के दूसरे दिन सुबह मिल जाता है। इन तारों पर 'N L T' लिख देना चाहिये, जिसको एक शब्द गिनते हैं। इसके विपरीत दिन के सहाय्य तार उन देशों को भेजे जाते हैं जहाँ रात्रि के पत्र सहाय्य तार भेजने की प्रथा नहीं पाई जाती। आस्ट्रेलिया एवं अंग्रेजी राज्य के बाहर के देशों को ऐसे ही तार भेजे जाते हैं। इन तारों पर 'DLT' लिख देना चाहिये। इसको एक शब्द गिना जाएगा। ये तार पाने वाले को तार भेजने के दूसरे दिन प्राप्त हो जाते हैं। पत्र सहाय्य तारों पर कम से कम २ शब्दों का महसूल लिया जाता है। भ्रमण-भ्रमण देशों के लिये महसूल दर भी भ्रमण-भ्रमण है।

(५) साम्राज्य के सामाजिक तार (Empire Social Telegrams or G L T.)—इन तारों द्वारा साम्राज्यवासी अपने पारिवारिक समाचार एक दूसरे को भेज सकते हैं। इन पर महसूल की दर बहुत कम होती है। कम से कम बारह शब्दों के लिये चार्ज देना पड़ता है जो ३ ६० ३७ न० पैसे हैं। उसके बाद हर शब्द के लिए ३६ नये पैसे देना पड़ता है। इन तारों पर 'G L T' लिख देना चाहिए। पर इसका कोई चार्ज नहीं लगता।

(६) द्युधार्द के विदेशी तार (De Lux Cablegrams)—शुभ अवसरों पर द्युधार्द के तार बलात्मक वागज पर और सचिव लिफाफों में विदेशों को भेजे जा सकते हैं। इन पर तार की धोखी (Urgent, Ordinary, Deferred, D I, T, N L T, G L T) के अनुसार महसूल देने के अतिरिक्त २५ नये पैसे और देने पड़ते हैं।

(७) बिना तार के भेजे जाने वाले तार (Radio Telegrams)—ये तार समुद्र पर चलते हुये उन जहाजों के मनुष्यों को भेजे जाते हैं, जिन पर बेतार की तार भेजने की मशीन (Radio Telegraph Machine) लगी हो। भ्रमण-भ्रमण देशों के जहाजों के लिये भ्रमण-भ्रमण महसूल लगता है।

अभ्यास के प्रश्न

- १ 'शीघ्र सुपुर्दगी' के लिये आप अपने पत्र के विषय में क्या करेंगे? इससे क्या लाभ है?
- २ 'तार द्वारा समाचार भेजने' से क्या अभिप्राय है?
- ३ तार लिखने समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिये?
- ४ तार के फार्म का नमूना दीजिये। तार भेजने का ढंग समझाइये।

- ५ साधारण घोर जरूरी तारों का अन्तर बताइये ।
 ६ यदि आप अपने तार का जबाब मँगाना चाहें और दूसरे पक्ष का पैसा भी खर्च न कराना चाहें तो इसके लिये क्या उपाय करेंगे ?
 ७ निम्न पर सक्षिप्त नोट लिखिये—
 बघाई के तार, अनेक पलों पर एक तार, सामाचार-यन्त्री के तार, फोनोग्राम, राज्य तार ।

८ 'कोड' क्या है ? इसकी सहायता से साकेतिक तार लिखने की विधि बताइये ।

९ तार के कोड से निम्नलिखित अवतरण जिया गया है —

Phrase or Sentence	Code Word	No. of Code
Goods approved	Glottal	06615
Vessle to arrive	Advarent	073117
not later than		
10th day of November Neapolis		27359

निम्नलिखित सूचना गुप्त भाषा में तार द्वारा भेजनी है — "Goods approved, Vessle to arrive not later than 10th November,"

BANKRUPTCY शब्द को कुजी मानकर भेजी जाने वाली सूचना तैयार कीजिये और यह भी बताइये कि पाने वाला असली समाचार किस प्रकार समझ सकेगा ।

१० देशी तारों की विभिन्न किस्में बताइये और प्रत्येक का संक्षेप में वर्णन कीजिये ।

(१) तार के कोड से क्या अर्थ होता है ?

CHELMSFORD शब्द की कुजी मान निम्नलिखित व्यौरे के आधार पर गुप्त भाषा का तार लिखिये— "Goods despatched by goods train Railway receipt sent through bank Demand Bill drawn for payment Freight payable on arrival"

Code No	Code Word	Phrase or Sentence
13484	Deawat	Goods despatched by goods train
23484	Mortak	Railway Receipt sent through Bank
24501	Shotok	Demand bill drawn for payment
05321	Kohil	Freight payable on arrival

तार पाने वाला तार का असली संदेश किम प्रकार निबानेगा ?

११. निम्नलिखित समाचारों को तार की भाषा में १२ शब्दों के अन्तर लिखिए —

(a) I was not able to keep the appointment today but will meet you tomorrow at 12 noon and will bring samples with me

(b) The goods which you ordered me are not in stock, but we hope to supply them in a day or two

BUSINESS DRAFTING

"The aim of every businessman should be to create a letter power. Good letter writing is a new way to make more profits. It is one of the quickest and cheapest ways of building a business. It is equal to advertising and much cheaper. It enables you to get in touch with more people. Why limit your market? By means of letters you can reach people at a distance."

—Herbert N. Casson



- 1 Essentials of 'Good' Business letter
- 2 Letters of Application and Appointment
- 3 Letters regarding Inquiries, Quotations, Offers and Orders
- 4 Letters regarding Trade Reference and Status Inquiries
- 5 Letters of Confirmation and Execution of Orders
- 6 Letters of Refusal and Cancelling of Orders
- 7 Letters regarding Complaints and Adjustment.
- 8 Dunning or Collection letters.
- 9 Circulars and General Announcements

CHAPTER 6

ESSENTIALS OF A GOOD BUSINESS LETTER

Definition of Business Letter

A *Business Letter* is usually written between businessmen, or from a businessman to his customers. Agency, Banking and Insurance letters are also grouped with Business letters.

What is a 'Good' Business Letter ?

In business correspondence that letter is good which fulfils its purpose, the purpose for which it is written. A good letter can open up new channels of business, get better results from your present customers, reduce bad debts, and do a hundred other things. Here, for instance, are ten things that good letters can do —

- (1) Sell Goods
- (2) Bring Back Lost Customers.
- (3) Secure New Customers.
- (4) Encourage Travellers.
- (5) Prepare the way for Travellers.
- (6) Stimulate Dealers.
- (7) Create Goodwill
- (8) Collect Bad Debts
- (9) Adjust Complaints
- (10) Open up New Markets

A good business letter is a substitute for a personal interview or a friendly talk over the telephone. These days, businessmen are too busy to give much attention to lengthy letters. They receive a large number of letters daily. Therefore it is not possible for them to give equal attention to all of them. He tries to classify the letters in order of their importance and attends to them accordingly. Under such circumstances, it is essential that the letters should be written in such a way that they may resist and defy waste basket and get themselves read and heeded.

Essentials of a Good Business Letter

The essentials or characteristics of a good business letter may be summarised in the following paragraphs :—

Seven C's of a Good Business Letter

Essentials of a Good Business Letter

Seven C's

- 1 *Completeness*
- 2 *Correctness*
- 3 *Conciseness*
- 4 *Courtesy*
- 5 *Consideration*
- 6 *Concreteness*
- 7 *Clearness*

Other Essentials *

- 8 *Simplicity*
- 9 *Forcefulness and*
- 10 *Tact*

1 Completeness The letter must be complete by itself. Nothing of importance should be left out, thus saving further correspondence. Remember that incompleteness multiplies needless letters. One letter, well-thought out and properly planned, will often serve the purpose of three hasty, incomplete ones.

2 Correctness 'Correctness' should be viewed in two directions—(i) correct information and (ii) correct language.

Honesty pays the highest dividends in business, hence it is essential that all the facts and figures of a business letter should be correct. Otherwise there may be costly delay and serious loss due to misunderstanding or other causes. Remember that errors are costly. They may mean more letters or even monetary loss. Incorrectness may be due to ignorance or carelessness or it may be intentional. The writer should, therefore, have a complete knowledge of the matter so that there may not be any chance for such errors.

Correctness also means correctness in the matter of grammar, punctuation, spelling, lay-out of the letter on the paper, etc. "What good manners are to the gentleman, correctness is to the businessman," writes Dr Robert Ray Aurner. "If the the businessman does not observe the rules of writing etiquette, he is not accepted in the best business circles."

3 Conciseness. A letter should be just long enough to do its job well and effectively and no longer. The motto for a businessman is 'Time is money'. Businessmen are busy people. They wish to get the information quickly. When Abraham Lincoln was once asked how long a man's legs should be, he said to have replied, "just long enough to reach to the ground." Similarly a good business letter should be a happy medium between completeness and conciseness. Nothing of importance should be left out, and yet unnecessary sentences should not be used. As brevity is soul of commercial correspondence, see that every sentence you write has meaning and is necessary.

Brevity, however, is not always a virtue. We should remember that brevity cannot be made an excuse for incompleteness. If a letter is so brief that it does not convey the required information and necessitates the writing of further correspondence to supplement information, time and trouble are lost. Compactness and conciseness can be best achieved by —

* Robert Ray Aurner, "Effective English in Business."

- (i) Weeding out all stock phrases and unnecessary sentences from the letter ,
- (ii) Not using any sentence that may anger or insult the reader, and
- (iii) Revising every sentence to make it simple and concise.

4. Courtesy There is a coarse but quite true saying, "More flies are caught with honey than with vinegar " Many a heart is melted by persuasion and sweet reasonableness A business letter should also be very courteous 'Courtesy is the inseparable companion of virtue ' It costs us nothing , but much is gained by it It wins for us the respect, sympathy and understanding of our correspondents And business means the winning and keeping the respect of customers By courtesy is not meant the liberal use of such words and phrases as 'Thank you,' please and 'Kindly' It means more than that It means a courteous attitude of mind 'Life is not so short,' writes Ralph Waldo Emerson, 'but there is always time for courtesy " Too much sugariness, however must be avoided, because it does not often ring true and sincere

5. Consideration By 'Consideration' it is meant that the writer should be conscious of the wants and desires of the reader It is something different from courtesy. It means thinking more of the reader's interests than one's own Consideration is an essential of business letters that really pays in the long run

6 Concreteness. It means the use of concrete, vivid, interest-words and the avoidance of vague indefinite statements Use words that create pictures in the reader's mind. Words that make him visualise what you have written , stimulate him to action This quality is most necessary in sales letters

7 Clearness This is one of the most important essentials of a good business letter "Every paragraph should be so clear and unambiguous," says Lord Chesterheld, himself one of the clearest of writers, "that the dullest fellow in the world will not be able to misstate it, nor be obliged to read it twice in order to understand it ' To achieve 'Clearness', first of all, plan out what you wish to say , then alone, say it All the ideas should be in crystal-clear language, properly grouped into paragraphs, each dealing with one aspect of the subject-matter of the letter. Lackness of clearness may sometimes be very expensive "To achieve clearness, simplify your words, simplify your sentences, simplify your language Be definite and not ambiguous Be concrete, not vague Be concise, but not incomplete "

Accuracy is also a part of clearness By accuracy we mean that there should be no mistakes which usually creep in due to negligence The standard of accuracy required in many walks of life is cent percent Take the case of the railway signal-man Any mistake on his part may result in a terrible disaster Similarly small mistakes like the writing of an incorrect address on an envelope, putting the letter in the wrong envelope, omitting to send enclosures,

or putting insufficient postage stamp and such other mistakes cause much irritation and trouble

Other Characteristics

II Simplicity The language of the business letters should be very simple. There is no need to use long and 'learned' words in our business letters, nay more simple words will serve the purpose better. Do not drag in long words just because they are long. Write simply and accurately.

9 Forcefulness Needless to say, a business letter should be very forceful and impressive. This needs careful planning of the letter. The writer should marshal the facts and figures and place them in a right perspective to win his way.

10 Tact What oil is to machinery, tact is to life. Tact is a big term and means much. The word 'tact' may be used in two senses. First, it may include some of the essentials discussed above, viz, Compactness, Courtesy, Clearness, Forcefulness etc. Secondly, it may mean a method of tackling a rather ticklish problem in a diplomatic and round-about fashion, instead of in a straight-forward and frank manner. In business we do not encourage tact of the second variety. We consider all business men as gentlemen and if an occasion arise they should not mind a straight clean hit, suspicion and insinuation they do abominate. Most people appreciate frankness.

Structure of a Business Letter

The structure or the form of a business letter consists of the following parts —

THE FORM OF A LETTER

- 1 *The Heading*
- 2 *The Date*
- 3 *The Inside Address*
- 4 *The Salutation*
- 5 *The Body of the Letter*
- 6 *The Complimentary Close or the Subscription*
- 7 *Signature*
- 8 *The Dictator's and Stenographer's Initials.*
- 6 *The Subject Heading*
- 10 *Enclosures*
- 11 *Postscripts*
- 12 *Continuation Sheets*
- 13 *Reference No*

The following diagram shows the arrangement of the various parts of a letter on the letterhead :—

(1) The Heading

{ }

(2) Place and Date

(13) Reference No

(3) Inside Address

.

(4) The Salutation

(9) The Subject Heading.

.

(5) The body of the Letter

(12) Continuation Sheet No

.

(6) The Complimentary Close or Subscription.

(7) Signatures.

(10) Enclosures.

(8) The Dictator's and Stenographer's Initials

(11) P S (Post Script)

Standard Questions

1. What is a "Good Letter Discuss the essentials of a good business letter
2. Give the form or skeleton of a business letter.

CHAPTER 7

LETTER OF APPLICATION AND APPOINTMENT

What is a Letter of Application ?

A letter of application is a sales letter that sells your personal services. It is a letter that sells your ability, skill, training, services, personality etc. After the completion of the educational career, every student is in need of service which he seeks through 'letters of application'. Hence, it is essential that we should know how to write application letter in a proper, convincing and attractive style.

The Essentials of a Letter of Application

Normally an application-letter contains the following :—

- | | | |
|---|---|---|
| 1 | Name and Address of the Prospective Employer | } According to the Advertisement |
| | Post Box No Or Box No | |
| | C/o The Advertising Paper | |
| ■ | Salutation | |
| 3 | Body | (a) Reference to the advertisement in response to which the application is being sent |
| | | (b) Qualifications |
| | | (c) Experience |
| | | (d) Age & General physique |
| | | (e) References |
| | | (f) Minimum Salary acceptable, if required |
| | | (g) Request for an interview |
| 4 | Complimentary Close and Signature | |
| 5 | Enclosures | |
| 6 | Date | |
| 7 | Address of the Applicant | |

1 Name and Address of the Prospective Employer

Here write the name and address of the prospective employer as it appears in the advertisement. Sometimes, in order to avoid

personal canvassing, employers prefer to give Post Box No or P II No C/o The advertiser

2 Salutation In application letters, 'Dear Sir' or 'Dear Sirs' is the common form of salutation. If the application is addressed to a Govt or semi-government body, 'Sir' may be used

3 Body (a) The letter of application should be simple and direct without being abrupt. The very first sentence should establish a point of contact. State how you have come to know of the vacancy, specify the exact job for which you are applying. Make it clear that you understand the needs of the employer

(b) *Qualifications* Show how you are suitable for the post you are applying for. Give facts of your career. State your qualifications giving a detailed information of the various examinations taken with the year of passing, name of the University, division and distinctions, if any. If you have participated in the intra and extra mural activities, a mention of the same may be made

(c) *Experience* Here the applicant should mention the place or places where he has served, the period of service and the nature of the post held. Employer's certificates may also be attached

(d) *Age and General Physique* Sometimes minimum and maximum age-limits are mentioned in the advertisements. Therefore, it is essential that the age of the applicant should be within the prescribed limits. A certificate in proof of age should be attached with the application. A line with regard to the general physique of the candidate should also be given.

(e) *References* — Here names and addresses of at least two respective persons, not related to the applicant, should be given so that a reference with regard to the character and integrity of the applicant may be made by the employer. If the applicant is already in service he should send his application through his departmental head with an endorsement from him

(f) *Minimum Salary Acceptable* — If the candidate is required to mention the minimum salary acceptable, he should do so after due consideration of his present emoluments, subsidiary benefits and future prospects,

(g) *Request for an Interview* — The close of your letter of application should get action. It should stimulate the reader to interview you. Always make a direct request for an interview

4 Complimentary Close and Signature — 'Yours faithfully' is a very common complimentary close. The applicant should sign his name in full. It should be neat and legible

5 Enclosures The total number of the certificates and testimonials should be given at the left-hand bottom margin of the application

6 Date The date of application is given on the left-hand side of the application below enclosures.

7 Address of the Applicant The application must be properly addressed. In case the applicant thinks of going to some other place in the meantime, he should give the address of the place where he is likely to stay or his permanent address.

SPECIMEN LETTERS OF APPLICATION, ETC

(I) Stenographer's Application

Messrs Garg & Company,
New Road,
Gwalior

Dear Sirs,

Having seen your advertisement for the post of a stenographer in your pioneer concern in today's Hindustan Times, I offer my service for the post and hope you will give me an opportunity of proving my worth to you. The following are my qualifications which I hope you will find satisfactory.

Age 24 years

Education I passed my High School Examination from V C High School Gwalior in First Division and my I Com and B. Com examination from the Victoria College Gwalior in second division in the year 1932, 1934 and 1936 respectively.

Speed I can type neatly at the rate of 50 words a minute and take down shorthand notes at a speed of 120 words a minute.

Experience After graduating myself, I joined the firm of M/s Jain Bros, Mahatma Gandhi Marg, Agra as a Steno-cum-accounts clerk, where I am still serving. The only reason to leave the present job is to brighten my future prospects and serve at Gwalior.

References I mention the following two names as my referees who may be consulted with regard to my character, integrity and suitability for the post.

- 1 Sri R. Mahendra,
General Manager,
M/s Jain Bros
Mahatma Gandhi Marg, Agra
- 2 Dr S C Saksena,
Assistant Professor of Commerce,
M L B College, Gwalior

Salary. I am prepared to serve for any reasonable salary that you may be pleased to offer. I sincerely hope that you will give me a trial before deciding about the salary, which in your opinion would be appropriate for the work I shall do.

Certificates I enclose a few copies of testimonials and certificates from my Professors and present employers which will speak of my character, ability and honesty.

I hope you will kindly give me an appointment when I may

call at your office for an interview I assure you that I shall do my best to satisfy you in every way.

Yours faithfully,
Ramesh Chandra
Mohan Niwas
New Road,
Gwalior

Encls 5
July 2nd, 1961.

II. Book-keeper's Application

The Advertiser,
P O Box No 45,
C/o Hindustan Times, Delhi

Dear Sir,

In response to your advertisement in today's Hindustan Times for the post of a Book-keeper and accountant in your Company, I wish to offer my candidature for the same I give below the details of my academic qualifications and experience —
Academic Qualifications.

Year	Exam Passed	Name of the Institution	Division	Remarks
1954	High School	V C school, Gwalior	First	Distinction in Mathematics
1956	I. Com	Victoria College Gwl	First	II Position and Distinction in A/cs
1958	B Com	" "	First	I Position

Experience (i) Gwalior Potteries, Gwalior (1958 to 1959) As Deputy Accountant

(ii) Gangwal Industries, Gwalior (1959-Continuing) As Deputy Manager and Accountant

Age and General Physique 27 years next birthday, Sound health

References Sri Vikram Bhargava,
General Manager,
Gwalior Potteries, Gwalior,

(ii) Sri Kesri Mal Gangwal,
Proprietor,
Gangwal Industries, Gwalior

Minimum Salary Acceptable Rs 300/-Per month

Encls, 5
July 4, 1961
12 New Road, Gwalior.

Yours faithfully,
B. N Gupta.

VII Letter of Appointment**GARG & COMPANY**Shri Girraj Kishore,
New Road,
AgraNew Road,
Agra
25th July, 1961

Dear Sir,

With reference to your application of the 2nd July, 1961 for the post of a Stenographer, we have pleasure in informing you that you have been appointed as a Stenographer in this office in the grade of Rs 200-15-450, on an initial salary of Rs 200 per month plus dearness and other allowances admissible under the rules of the company. You will be on probation for a year. We shall expect you to join as early as possible, but not later than 15th August, 1961.

Kindly let us know when you are joining

SC/KC

Yours faithfully,
For Garg & Company,
R N Garg,
Manager**Standard Questions**

- 1 Answer the following advertisement

WANTED—An Assistant Accountant for Sugar Mill in U P must be a near-hand and should possess a sound commercial knowledge. Good prospects for a really intelligent and capable person. Apply to Box No 426 Care of the Hindustan Times, Delhi

- 2 Reply to the following advertisement

Bank Manager needs confidential Secretary, Young man of superior training, knowledge of Stenography essential, must possess tact and judgement. Occasional travel necessary. Answer in your own handwriting

- 3 Write a reply to the following advertisement

WANTED—A Junior Clerk for the office of the Muir Mills Co Ltd Kanpur, on a salary of Rs 150-10-250. A knowledge of Business Routine, Typewriting and Book-keeping is essential. Apply stating age, qualifications and experience to the Secretary.

- 4 The Management of Muir Mills Co Ltd Kanpur has decided to appoint Mr Ramesh chandra as an Accountant in the grade Rs 200-15-450 on an initial start of Rs 200/. Draft the necessary letter of appointment

CHAPTER 8

LETTERS REGARDING INQUIRIES, QUOTATIONS OFFERS AND ORDERS

The important thing about letters making inquiries, giving quotations or orders is that they should be clear, exact and definite. The following are certain general hints applicable to such letters.

1. A specific and detailed description of the goods required should be given in the 'Enquiry' letters to avoid any confusion to the supplier. If necessary, and possible, a request for samples should also be made.

2. If possible, an approximate estimate of the immediate and future requirements should be given. This will help the supplier to quote his terms more precisely.

3. If the goods are needed for some special purpose or occasion, this should be mentioned so that the supplier may offer the goods specially suited for the purpose or occasion.

4. A request should be made to the supplier to quote his minimum prices, terms of sale and mode of payment.

5. Replies to enquiries are known as 'Quotations'. Great care should be taken in their drafting because they may originate business. There should be a specific mention of discount, commission, credit facilities, special conditions of sale etc., in the letters of quotations.

6. Sometimes direct 'Offers' are also made to prospective customers, especially to regular customers or to old patrons from whom no order has been received for some time. 'Offers' should be written in a persuasive style and should mention quality, price, quantity, weight etc., of the goods offered. It should also state the time for which the offer is to remain effective.

(7) If the quotation is accepted, the order should mention the important particulars contained in it (quotation). Usually it contains information on the following points — (i) Quality of the goods required, (ii) price, (iii) Quantity, i.e., the exact number and the size of the goods required, (iv) Mode of Packing desired, (v) Mode of Transport, (vi) time and place of delivery and (vii) Insurance. The orders should be thankfully acknowledged immediately after their receipt.

(8) If an order has been the result of an advertisement, sample, price-list, catalogue, etc., it must contain exact reference in order

to preclude any form of doubt. If any mistake is made, the goods may have to be returned or the order refilled.

(9) A new customer placing an order should state how he is going to pay for it. How will have to give reference to responsible trade connections and to his financial status.

(10) If an order is against cash, its amount and form should be stated.

I Letter Requesting for a Price-list.

POPULAR BOOK HOUSE

Telegram 'BOOK'

College Road,
Bhopal
2nd July, 1961

Messrs. Sahitya Bhawan,
Succ Katra
Agra

Dear Sirs,

Please send us as early as possible the price-list of your latest publications with lowest quotations and oblige

Your faithfully,
For Popular Book House,
Prem Chand,
Manager.

II Inquiry Addressed to an Unknown Firm

POPULAR FANCY STORE

Telephone No
Telegram

New Market,
Bhopal,
2nd July, 1961

Reference No
M/S Manohar & Sons,
Fort,
Bombay

Dear Sir,

Your name as manufacturers of Fancy goods has been mentioned to us by our friend, Mr S C Gupta of M/s Gupta Fancy Stores of this city. As we propose to buy a considerable quantity of Fancy goods for the ensuing New Market, we shall be glad if you will kindly send us your catalogue together with quotations for large quantities. Please mention also the time you would require to effect delivery and the conditions of payment.

We give below a couple of trade references, and hope that you will facilitate business by quoting rock-bottom price.

Yours faithfully,
For Popular Fancy Store,
Ram Lal,
Manager

References -

- 1 Sharma & Co,
Fort, Bombay
- 2 Kanti Fancy Store,
Kalvadevi Road,
Bombay

III. Letter of Quotation**GODREJ & BOYCE MFG CO, LTD****(H O Bombay)**

Tel Add 'GODREJ'
Phone No 256

12, Mall Road,
Indore,
2nd July, 1961

Sahitya Bhawan,
Succ Katra,
Agra

Dear Sirs

Re Price List for Filing Cabinet

Your No GB 60/19 of 29 June, 1961

While thanking you for your above enquiry we have pleasure in quoting as under —

"Godrej" patent 4-drawers Foolscap size steel filing cabinet measuring .

54" High × 16½" Wide × 27½" Deep (Outside fitted with ball bearing slides, adjustable file-compressors, and automatic locking device)

Price Rs 225/ F. O R Bombay each net

Colour Portland Grey

Delivery . During August, Ex-works, Bombay

Terms 35% cash with order and balance against documents through any bank or V P

Sales Tax The above prices are exclusive of sales tax which will be to your account

Trusting to be favoured with your valued order and assuring you of our best services and prompt attention at all times

Yours faithfully,
For Godrej & Boyce Mfg Co. Ltd ,
Ram Chand
Sales Incharge

IV. A Letter Making an Offer.

DABRA SUGAR COMPANY

Dabra,
2nd July, 1961.

M/S Ram Lal Shankar Lal,
Naya Bazar,
Agra

Dear Sirs,

We are pleased to offer you the followings goods subject to their remaining unsold till 15th July 1961 —

- 1 150 Mds of Crystal Sugar No 1 @ Rs 15/- per Md.
F O R
- 2 100 Mds of White Sugar No 2 x Rs 12/- per Md
F O R

The above prices are for immediate delivery and are subject to 5% reduction in case if the payment is made within a week

Yours faithfully,
For Dabra Sugar Company,
Kali Charan
Manager

V Order for Goods

ANAND HOTEL AND RESTAURANT

Phone No 'ANAND'

Station Road,
Gawalior,
2nd July, 1961

M/S Gupta Bros.,
Mahatma Gandhi Road,
INDORE

Dear Sirs,

Would you please send us by rail the following articles listed in your current catalogue —

- | | |
|---|---------------|
| No 24 Ten dozen sets of Knives and Forks with ebony handles | Rs 10 per doz |
| No 27 Ten dozen sets of Knives and Forks with horn handles | Rs 12 per doz |
| No 30 Twelve dozen forks with 4 Prongs | R per doz |
| No 35 Six dozen Vegetable Knives | Rs per doz |
| No 39 Ten dozen Sataybrit Dessert Spoons | Rs 10 per doz |

On the receipt of the consignment, we shall cover you for the amount of the invoice

Yours faithfully,
For Anand Hotel and Restaurant
Krishna Chand,
Proprietor,

Standard Questions

- 1 Write a letter of enquiry for quotation to the Kanpur Woollen Mills Co Ltd for various kinds of woolled goods Give your own details
- 2 Write a business-like letter to M/S X & Co quoting prices, terms of payment, and necessary particulars in reply to an inquiry from them for steel trunks
- 3 Write a letter to a prospective customer from whom you have received an order for the first time acknowledging the order and asking for reference
- 4 Write the following letters, employing fictitious names and addresses —
 - (i) A letter enclosing price list ,
 - (ii) The reply giving a first order, and
 - (iii) Acknowledgement of order.



CHAPTER 9

LETTERS REGARDING TRADE REFERENCE AND STATUS INQUIRIES

Credit today plays a very important role in business and a large volume of trade depends on it. For the purpose of granting credit, inquiries have to be made concerning the reputation, character, standing and financial capacity to receive credit. Such information can be obtained from the following sources:

- (i) Friends or relatives,
- (ii) Information Bureau or Inquiry Agencies,
- (iii) Banks, or
- (iv) Chambers of Commerce and Trade Associations

The following points should be taken into consideration in the draft of such letters —

1 Before taking up the references supplied, the firm receiving the order should make sure that referees themselves are reliable and firms of repute.

2 The name of the firm about which the enquiry is being made may be given in the letter or on a separate slip of paper enclosed with it only a reference to that slip being made in the letter.

3 The letter should also contain the extent to which credit is required, because this will help the referee to be more specific in his reply.

4 Replies to Status Enquiries may be either favourable or unfavourable. But the information supplied should be strictly in accordance with truth.

SPECIMEN LETTERS

I Letter asking for Names of Referees

GUPTA CLOTH STORE

Phone No 298

Station Road,
Gawalior,
2nd July, 1961

M/S Ram Lal Shanker Lal,
Freemantle, Ujjain

(Confidential)

Dear Sirs,

We thank you for your order of 29th June, 1961 and it is having our best attention.

It is our invariable practice, when opening new accounts, to ask for a couple of trade references. As we have not had the

pleasure of doing business with you previously, we shall much appreciate your sending us, as soon as convenient, the names of two firms of standing in your town

Yours faithfully
For Gupta Cloth Stores,
Ram Nath Gupta,
Proprietor.

II Letter giving References

RAM LAL SHANKER LAL

Phone No 287

Freeganj,
Ujjain, 5th July, 1961

M/S Gupta Cloth Stores,
Station Road
Gawalior

Dear Sirs,

We are in receipt of your letter dated 2nd July, 1961 demanding trade references. We were under the impression that we were already known to you. However, as desired, we are giving below two references which, we hope, will be found satisfactory, and we shall have all the necessary facilities from you —

1. Garg & Co.,
Freeganj
Ujjain
2. The Agent,
State Bank of India,
Ujjain

Looking forward to a large volume of business to our mutual advantage

Yours faithfully,
For Ram Lal Shankar Lal,
Ram Lal,
Partner

III Letter taking up Reference

GUPTA CLOTH STORES

Phone No - 298

Station Road.
Gwalior,
8th July, 1961

M/S Garg & Company,
Freeganj, Ujjain.

{Confidential}

Dear Sirs,

We have received an order for goods worth Rs. 4,000 from M/S Ram Lal Shankar Lal of your city, who have given us your reference. As we have had no previous dealings with them and are not aware of their standing and financial position, we shall feel greatly obliged if you will kindly let us have your candid opinion about them.

Any information that you may give us will naturally be treated as most confidential

Yours Sincerely,
For Gupta Cloth Stores
Ram Nath Gupta,
Proprietor

IV. Letter giving Favourable Reference

GARG & COMPANY

Phone No 120

M/S Gupta Cloth Stores,
Station Road,
Gwalior

Freeganj,
Ujjain,
12th July, 1961

(Confidential)

Dear Sirs,

In reply to your enquiry of the 8th inst, about the financial position of M/S Ram Lal Shankar Lal of this city, we are pleased to inform you that this firm has been doing business with us for the last seven years. We have always found them prompt in payment and straightforward in business dealings. They have strong financial position and enjoy good reputation in this town.

In our opinion you can safely give them credit for the amount you have mentioned.

We hope this information will serve your purpose.

Yours faithfully,
For Garg & Company,
S C Garg,
Proprietor.

V Letter giving Unfavourable Reference

GARG & COMPANY

Phone No 120

M/S Gupta Cloth Stores,
Station Road,
Gwalior,

Freeganj,
Ujjain,
12th July, 1961

(Confidential)

Dear Sirs,

In reply to your enquiry of 8th inst, we advise you to be rather cautious in your dealing with the firm mentioned by you. They have a wide circle of customers but we do not think that their business transactions justify credit to the extent mentioned in your letter.

We hope that the information given above will be of use to you and will be treated as most confidential.

Yours faithfully,
For Garg & Company,
S C Garg,
Proprietor.

VI Letter refusing to Grant Credit**GUPTA CLOTH STORES**

Phone No 298

Station Road,
Gwalior,M/S RamLal Shankar Lal,
Freeganj,
Ujjain

15th July, 1961

Dear Sirs,

We are sorry to inform you that on account of unsatisfactory information, which we have received from your referee and the unexpected cash purchases we had to make recently, we are unable to give you the credit which you have asked for. We therefore, request you to send us a cheque for Rs 4,000/- by return of post so that we may send the goods to you without delay.

We hope that you will realize our position and send the above mentioned cheque at an early date.

Yours faithfully,
For Gupta Cloth Stores,
Ram Nath Gupta,
Proprietor

Standard Questions

- 1 What do you mean by a letter of trade reference? what special points should be taken into consideration while drafting such letters?
- 2 Explain how status enquiries are made and treated in the business world.

You have received an enquiry from M/S Shah Bros Bombay, regarding the financial status of M/S Patel Bros, Chandni Chowk Delhi with whom you had some dealings in the past. Draft —(i) The letter of enquiry and (ii) both a favourable and an unfavourable reply to it.

- 3 Write a letter to M/S S Chand & Co, Delhi enquiring from them the status and reputation of a prospective customer.

CHAPTER 10

LETTERS OF CONFIRMATION AND EXECUTION OF ORDERS

When an order has been received, an acknowledgement of its acceptance (known as what we call 'Confirmation') should be made immediately. It is a mark of courtesy as well as good business. If the order is from a new customer, its acknowledgement should be accompanied with a personal letter, welcoming him to the list of satisfied patrons. In the case of regular customers, however, a formal letter may be used. But if the order is of an unusual size, a personal letter should be written thanking the customer for this business and congratulating him on being so successful in handling the merchandise of the selling firm. The acknowledgement of an order should contain the following essential points —

- 1 The date of the order ,
- 2 The buyer's order number, if any ,
- 3 A repetition of the essential points of the order such as, specification of the goods, prices, mode and time of delivery, etc
- 4 Thank the customer for his order and solicitation for further orders

Sometimes the customer's order may be lacking in exact information about the goods desired, the remittance or trade references may be wanting or payment may be inadequate. In such cases, the acknowledgment must be very tactful, first of all thank the customer for the order and then ask for the information that may be wanting. The letter should be drafted in such a way that the recipient may feel that it is intended to protect his interests. Sometimes it may happen that the goods are out of stock and an order cannot be executed within the specified period. In such a case, the acknowledgment letter should state the definite date when the goods can be supplied or suggest a substitute or offer both the alternatives. Letters advising the execution of orders are sent with the invoice. They should contain (i) the date and number of the order, (ii) specification of goods, (iii) date of transport, (iv) amount of the invoice and (v) mode of payment. When only a part of the order is executed, the advice letter should state the reasons for doing so with a view to avoiding misunderstanding. The following letters illustrate these remarks. —

I. Acknowledgment of Order—Simple Form**POPULAR BOOK HOUSE**

(Booksellers, Publishers etc.)

Phone No 45

Tel Add. 'Popular'

College Road,

Morena,

2nd July, 1961

Sahitya Bhawan,
Succ Katra, Agra

Dear Sirs,

We thank you for your order No dated for 50 Copies of 'Business Drafting by Dr S C Saksena We assure you that we shall take every care to execute the order to your satisfaction

We shall be sending the R/R as soon as the goods are sent

Yours faithfully,

For Popular Book House,

Kedar Nath,

Manager

II Acknowledgement and Execution of an Order From New Customer**RAM NATH KEDAR NATH**

Tel Add 'NATH'

Phone No 21

Freeganj,

Ujjain,

2nd July, 1961

M/S Inder Chand Phool Chand,
Daulatganj,
Gwalior

Dear Sirs,

We thank you for your order No 786 dated 29th June, 1960 for 50 Nylon Sarees 35/- each and 54 Chanderi Sarees Rs 45/- each These goods have been despatched to you today by rail and from the invoice enclosed you will note that the amount due to us is Rs 4,180/- only

This is the first occasion when we have the pleasure to execute your order and we heartily welcome you to our list of satisfied customers We assure you that you will always find our goods satisfactory and hope that this trial order will lead to an enduring connection with you.

Yours faithfully,

For Ram Nath Kedar Nath,

Ram Nath

Partner

Enc 1

III Letter of Advice Regarding Despatch of Goods**TRIPATHI & SONS**

Phone No 91

Bara Bazar,

Indore

23 July, 1961.

M/S Agarwal & Bros,
New Road,
Bhopal

Dear Sirs,

With reference to your order No 61 dated 12th July, 1961, we have today despatched by goods train two consignments containing your desired goods, which we trust you will find in order

Please find enclosed an Invoice of Rs 800/- for which we have drawn on you for 30 days from the date of the invoice. We have forwarded the R/R through the N P Cooperative Bank Ltd and the same will be handed over to you on your accepting the draft

We trust that you will find the goods satisfactory and their quality will induce you to entrust us with further orders

Yours faithfully,
For Tripathi & Sons,
Ram Nath Tripathi,
Manager

Enc 1

Standard Questions

- 1 Write a letter to M/S Sharma and Bros, Indore, intimating despatch of certain goods and advising them that you have drawn on them for the value of goods through Central Bank of India Ltd
- 2 The Popular Cloth Stores express regret at being out of stock of a particular brand of shirting. They expect fresh supply within a month. But if the customer cannot wait so long, they can supply as substitute another brand (sample enclosed), cheaper and slightly inferior in quality. Draft the letter
- 3 Advise M/S Roy & Co of the execution of their, first order after a long interval and express the hope that this will lead to a more enduring connection than before
- 4 A Calcutta firm has despatched 10 bales of coromattung to a firm in Lucknow per G Rly carriage paid. Write a letter from the former to the latter advising despatch of the goods, enclosing invoice for Rs 1,200 and stating that the R/R has been sent through the P N Bank Ltd, who will return the same against payment of the amount of the Invoice and their commission

CHAPTER 11

LETTERS OF REFUSAL AND CANCELLATION OF ORDERS

Refusal

Circumstances may arise when an order has to be refused, e.g. when a manufacturer receives an order from a retailer of a town in which an exclusive agency has been given to another retailer. In the drafting of Letters of Refusal, the reasons for refusal should be clearly given, e.g., goods not being in stock, customer being insolvent or undesirable, etc.

Similarly, circumstances may arise when customer may be compelled to cancel his order. In such cases, the followings points should be taken into consideration —

Cancellation

1. The letter cancelling the order must state clearly the reasons for the cancellation
2. The letter must reach the selling firm before the order is executed
3. The letter cancelling the order should hold out assurance to make good the loss of the order cancelled by future orders

The following specimen letter will explain these points —

I Refusal on Technical Ground

KEDAR & COMPANY

Phone No 90

M/S Ram & Bros,
Station Road,
AGRA

Kedar Road,
Gwalior,
23rd July, 1961

Dear Sirs,

We thank you for your order No. dated , but we are sorry to have to tell you that we are unable to accept orders for direct supply from Bihar and Assam as we have given exclusive agency for the area to M/S Shah & Co, Patna

We are, however, sending your order to M/S Shah & Co, and they will establish contact with you.

We fully appreciate the interest you take in our goods and hope that it will increase to our mutual advantage

Yours faithfully,
For Kedar & Company,
Kedar Nath,
Proprietor.

II Cancelling an order for undue delay RAM & COMPANY

Phone No 39

M/S Shah & Bros.,
Rajakimandi,
Agra,
Dear Sirs,

Station Road,
Gwalior,
12th July, 1961

We are really very sorry to note that you have not yet executed our order No. , dated for 100 yards of woollen shirting. The delivery was due on 2nd July, 1960, but so far we have received neither the goods nor any letter from you.

As the time of delivery has long expired, we are compelled to cancel the order, and should the goods arrive they will be refused.

Yours faithfully,
For Ram & Company,
Ram Chand
Manager

Standard Questions

1. What special points should be taken into account while drafting (i) Letters of Refusal and (ii) Letters of Cancellation of an order?
2. You have received an order for 'Crown' Varnish which you no longer stock. Thank your customer for his appreciation of this brand and point out why you no longer stock it. Try to interest him in 'Moon' Varnish which you stock at present.
3. Shah & Co regret the cancellation of the order and express the hope that other orders will follow. Draft the necessary letter of cancellation.

CHAPTER 12

LETTERS REGARDING COMPLAINTS AND ADJUSTMENTS

Letters of Complaint

Letters of Complaint may be written by one businessman to another or by a businessman to some railway, postal or other authority in the following circumstances — (i) Late receipt of the consignment, (ii) When the articles are not according to order, (iii) When the goods are of inferior quality, (iv) When there is shortage of goods (v) When the goods have been damaged in transit or (vi) When the invoice shows an overcharge

The following points should be taken into consideration while drafting a Letter of Complaint —

(1) It must be very polite. Politeness, we should not forget, is one of the highest business qualities. Politeness is politic, it is an asset.

(2) The letter should be fair and temperate. It should show that the trouble is too serious to be overlooked.

(3) The letter must state facts only without any imputation. It should not find fault with a particular individual or firm nor imply bad faith by hinting that the firm is knowingly trying to defraud the customer.

(4) The letter must be complete, i.e., it must supply all the details that may be necessary to adjust what is wrong.

(5) The letter must make a definite and reasonable request for redress. The following examples will explain the above points —

I Complaint regarding inferior quality

Kedar & Company

Phone No 12

Tell Add 'Kedar'

Sarafa Bazar,
12th July, 1961

M/S Ram Chand Krishna Chand,
Station Road,
Gwalior

Dear Sirs,

We thank you for your prompt despatch of Varnish ordered by us on the 2nd inst, but regret to tell you that the quality of this consignment does not tally with that of the previous one dated 10th June last.

The Varnish you have supplied this time is rather too thick which renders its use disadvantageous and less economical.

We are however, prepared to retain the goods on condition that an allowance of 5% is made in the price, failing that, the goods will be held at your disposal pending your instructions as to how they should be returned

Yours faithfully,
For Kedar & Co ,
Kedar Nath,
Manager,

Letters of Adjustment

In the case of an adjustment, the company may adopt any of the following attitudes —

- (i) The customer is always right
- (ii) Grant adjustment where the claim is just
- (iii) Caveat Emptor—'Let the buyer be ware'

The following points should be taken into consideration in the drafting of such letters —

- 1 It must be prompt
- 2 It must be positive.
- 3 It must be sincere.
- 4 It must be tactful
- 5 It must be sympathetic, and
6. It must be courteous

The following specimen will illustrate the above points —

I Granting Claim

RAM & COMPANY

Station Road,
Kanpur,
2nd July, 1961

M/S Malik and Company,
New Road,
Indore

Dear Sirs,

We thank you for your letter of the 25th ultimo and very much regret that three tins of biscuits in our trial order were found defective

As requested, we have credited you today with Rs 20/- and sincerely hope that you did not incur any disagreeable consequences because of the unfortunate error

We assure you that we are taking every precaution and it seems unlikely that such things would occur again

Yours faithfully,
For Ram & Company
Ram Lal,
General Manager,

II Answer to complaint about goods received in damaged condition.

RAM & SONS

New Mal Road,
Simla,
12th July, 1961

M/S Diwan & Bros,
Mal Road,
Kanpur,
Dear Sirs,

We are surprised to receive your letter No L/76 of 8th inst in which you inform us that the parcel containing the goods which you had ordered on the 1st of July, 1961 and which we had despatched by goods train on the 4th inst were received in a damaged condition. We do not understand the cause of that damage. Our packing department has always been very careful in carrying out our customers' instructions. The goods were packed, as usual, in strongly made packing cases lined with waterproof papers. Unless you are willing to pay more in future for packing goods in wooden cases lined with tin, we can send you consignments packed only in the way the last one was.

We are very sorry to have your complaint, but we assure you that we did our best to carry out your instructions and trust that in future you will have no cause for disappointment.

Your faithfully,
For Ram & Sons
Ramchand,
Proprietor

III Claiming damage from railway authorities.

VASANT & COMPANY

Lower Bazar
Nasik,
12th July, 1961

The Claims Inspector
Central Railway,
BOMBAY

Dear Sir,

We regret to point out that 2 bales of cotton piece goods, forming part of the consignment from Birla Mills, Bombay, to us, and covered by your R/R No D/8799, were found on arrival here to have been damaged in transit. The bales showed obvious signs of pilferage, and on examination this was confirmed. A note to this effect was made at the time of taking the delivery by us.

Enclosed please find details of the damage. Our claim for compensation amounts to Rs 300/- only. Please give this matter to your immediate attention.

Yours faithfully
For Vasant & Co.,
V C Jain
Manager.

Standard Questions

- 1 Reply to M/S Roy & Co , Fort Bombay, returning articles supplied by them, as not being up to the specification mentioned and the samples supplied, and asking for a refund of deposit money paid
- 2 Write a letter to a Railway authority complaining of delay in the transit of goods
- 3 Reply to a customer' who is dissatisfied with the quality of goods supplied to him
- 4 You are a correspondence clerk to a wholesale firm and have just received a letter from a dealer acknowledging the receipt of a part of the goods ordered, mentioning some which have not arrived, some which are not true to samples shown by travelling agent, and some which are not what were meant in the order Draft a suitable reply
- 5 Write a letter to the local Post Office, complaining of the late delivery of a parcel which was urgently needed by you Give the necessary details to prove that the delay has been caused by the postal department

CHAPTER 13

DUNNING OR COLLECTION LETTERS

Dunning or Collection Letters are written to those persons who fail to make payment of the amount due on them within the stipulated time. The function of such a letter is to collect money on outstanding accounts, and at the same time to maintain cordial relations. The guiding principle for the writer of collection letters should be—'collect the account but keep the customer'. The following points should be noted in connection with Collection Letters —

1 First of all a statement of account should be sent when the time for payment arises. Always assume that the customer will pay. This attitude will often make the customer realise his responsibility.

2 If the first letter remains unreplyed, another letter should be sent drawing the attention of the debtor to the unpaid balance. Collection letter should not be apologetic. A straightforward request for payment will win the respect of the delinquent. The tone of the letter should be courteous, but firm.

3 Sales pull in the collection letter is doubly wellcome, but it should not be artificially dragged in.

4 If the second letter also remains unreplyed, third reminder should be sent in a somewhat stronger language.

5 If the third reminder also meets the same fate, a final letter should be written in which a threat of taking legal steps should be given.

6 Collection letters should never be sent on post cards. The following specimen will illustrate the above points —

1 Sales and Collection Combined

QUALITY PRODUCTS

Tell Add 'KWALITY'
Phone No 120

Delhi Road,
Agra,
22nd July, 1961

M/S Banarsidas Bholanath,
Commission Agents
Bara Bazar,
Aligarh
Dear Sirs,

We enclose a copy of our latest catalogue introducing many novelties. Perhaps it will be helpful if you will go through it now and outline your requirements for the coming season.

Since your present balance of Rs 200/- has been lying due for some time, it would be best for you to send us a cheque for the

amount so that we can fill your new order on open account

Yours faithfully,
For Quality Products,
R. Chandra,
Manager

II. Request for the Settlement of Account

RAM LAXMAN & CO

Upper Bazar,
Simla,
12th July, 1961

M/S Vasant & Co.,
Mal Road,
Kalka

Dear Sirs,

Our bill collector will call at your office on Thursday of next week for the settlement of your account. We hope you will find the enclosed statement of account correct and keep your cheque ready.

We take this opportunity of thanking you once more for your patronage and assure you of your co-operation at all times.

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co.,
Ram Chandra,
Manager

III. First collection letter for payment

RAM LAXMAN & CO

New Road
Delhi,
12th July, 1961

M/S Vasant & Co.,
Mal Road,
Gwalior

Dear Sirs,

On going through the books of account it was discovered that your account amounting to Rs. 410/- is long overdue. As we are closing our books for the half year ending 30th June, we shall be obliged if you look into the matter and send us a cheque for full amount at your earliest convenience.

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co.,
Ram Chandra,
Manager

IV Collection Letter No. 2.

RAM LAXMAN & COMPANY

New Road,
Delhi
12th July, 1961

M/S Vasaht & Co ,
Mal Road, Gwalior,

Dear Sirs,

Our letter of 1st inst regarding your overdue account still remains unreplied. As businessmen you must realise that the margin of profit at present is so small that we have to turn over money as often as possible in the year to make it worth our while. Delay in payment also prevents business as you must naturally feel reluctant to send us more orders till the old account is settled. Thus we lose both ways. Therefore, will you please send us your cheque in full settlement as well as fresh orders?

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co ,
Ram Chandra,
Manager

V Collection Letter No 3

RAM LAXMAN & COMPANY

New Road,
Delhi,
29th July, 1961

M/S Vasant & Co ,
Mal Road,
Gwalior

Dear Sirs,

We are sorry to note that you have completely ignored our letter of the 1st and 15th inst which were sent to you by registered post and in which we have requested you to remit Rs 400/- in full settlement of our overdue account. We are inclined to conclude that you are not prepared to effect immediate settlement. As you have considerably exceeded the period for which we had agreed to give you credit, we insist on your settling this account immediately to avoid any unpleasantness.

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co ,
Ram Chandra,
Manager

VI Final Collection Letter—Threatening Legal Proceedings

RAM LAXMAN & COMPANY

Near Tehsil,
Delhi,
2nd August 1961

M/S Vasant & Co ,
Mal Road,
Gwalior

Dear Sirs

This is our fourth and last request to you for the settlement of your account for Rs 400/- which is now very much overdue.

We are sending this letter by Express Delivery Post. If the amount is not received by us within 96 hours, we shall be obliged to place the matter in the hands of our legal advisers with instructions to take whatever steps they may think necessary for recovering this amount. We sincerely hope that you will not compel us to take steps which you will find most unpleasant and for the costs and consequences of which you alone will be responsible.

Yours faithfully,
For Ram Laxman & Co.,
Ram Chandra,
Manager

VII Reply To Above

VASANT & COMPANY

Mal Road,
Gwalior,
6th August, 1961

M/S Ram Laxman & Co.,
New Road,
Delhi

Dear Sirs,

We are really surprised to find in your letter of 2nd August, 1961 that you are thinking of taking legal action against us if the balance of Rs 400/- due from us is not cleared immediately. Kindly refer to our letter No K/65/61 dated 2nd July, 1961 in which we pointed out the mistakes in our statement of account sent to us on 25th June, 1961. We have not yet received a corrected statement of account, and hence the threat of legal action has no meaning.

In fact it has been our constant practice never to delay payment and this amount of Rs 400/- is a small amount for us which we will pay immediately on receipt of a corrected statement of account from you.

Yours faithfully,
For Vasant & Co.,
I' C Jain,
Manager

Standard Questions

1. What do you mean by 'A Collection or Dunning Letter'? State the special points which are to be taken into account while drafting such letters.
2. Write a letter to a customer who has been very regular in his payment but has not paid your last bill which has become due.
3. "Collection letters are usually written in series." Explain the statement and draft the last two letters of a collection series.

CHAPTER 14

CIRCULARS AND GENERAL ANNOUNCEMENTS

What is a Circular Letter ?

A circular is a letter or message, of which a large number of copies are made and sent out to various addresses, imparting to all the same information or message. Circular letters are usually written in the following circumstances :—

- 1 The establishment of a business
- 2 The extension or transfer of a business.
3. The taking up of a business
- 4 Change in partnership or amalgamation with another business
5. Change in address or title.
- 6 Change in the constitution or policy of the firm,
- 7 Dissolution or discontinuance of a business, partnership or firm
- 8 Granting of per pro to an employee or its withdrawal
- 9 Additions of staff.
10. Change of travellers or representatives
- 11 Any other matter of information connected with the organisation and conduct to business

Trade Circular should possess the following characteristics —

- 1 The letter must catch the attention
- 2 The letter must produce conviction
- 3 The letter must produce persuasion
4. The letter must produce action Hence they must be written in a convincing and attractive style.

The following special points should be noted in the drafting of certain circular letters

(i) Establishment of a Business

- (1) The firm-name and the notice of the establishment of the business
- (2) Line of business to be started
- (3) That the capital invested is adequate.
- (4) Knowledge and experience of the manager or proprietor.
- (5) A request for the recipient's patronage.
- (6) The recipient's attention should be drawn to the specimen signature given at foot of the letter.

(ii) Announcing the Retirement of a Partner.

- (1) Express regret for the retirement of a partner,

- (2) State that no change is being made in the policy of the firm
- (3) If a new name has been adopted it should be properly displayed

(iii) Admission of a Partner

- (1) Say something about the new partner's ability and experience and his share of the capital, if any
- (2) Express a hope that with the new partner's assistance business is expected to flourish
- (3) Attention should be drawn to the incoming partner's signature

(iv) New Branches, Premises and Departments and Expansion of Premises

- (1) Mention must be made of additional facilities offered as a result of the change
- (2) In case of new premises, the address, should be carefully displayed.

(v) Conversion of a Partnership into a Company

- (1) Mention that more capital is required for extension
 - (2) Personal touch should be maintained
- The following are some specimen letters —

1. Admission of a New Partner

MATHUR & COMPANY

Main Road,
Aligarh,

12th November, 1961

M/S ,
.. .. ,
.. ..

Dear Sirs,

We have pleasure to inform you that we have this day taken into partnership Mr Suresh Chandra Agarwal, who has for many years acted as our sales manager, and to whose signature at foot we draw your kind attention

We shall continue to carry on business under the same style and on exactly the same lines as hitherto and hope you will continue to favour us with your patronage

We thank you for the support you have so far accorded us

Yours faithfully,
For Mathur & Co ,
K Prasad,
Manager

Signature of Mr. S C Agarwal

II Retirement of a Partner.**MATHUR & COMPANY**

Main Road,
Algarh,
18 November, 1961.

Mr /Messrs , , , ,

Dear Sir/Sirs,

We regret to inform you of the retirement from this firm of Mr L P Mathur, who was one of the original founders of the firm. He is retiring mainly on account of ill-health.

It is a cause of great regret to us that we are thus losing the benefit of the experience and ability of one of our oldest partners, but our business will be continued on exactly the same lines as heretofore. As the remaining partners have each increased the capital invested, our resources will also remain undiminished.

We highly thank you for the past favour and we assure you that you may rely upon the same care and attention being given to your orders as in the past.

Yours faithfully,
For Mathur & Co ,
K Prasad,
Manager

III. Giving Notice of Removal of Factory Premises**GANGWAL INDUSTRIES**

Gangwal Bhawan,
Gwalior.
2nd August, 1961

Mr /Messrs , , , ,

Dear Sir/Sirs,

The steady growth of our business has made it necessary for us to move to more commodious premises. As a matter of fact our old premises were insufficient to meet the increased demand of our customers. We are, therefore, removing our business to the new premises at

108, Birla Street,
Birlanagar, Gwalior

The new premises are much larger and are within easy reach of the railway. Transport difficulties have thus been reduced to a minimum. We have equipped the new factory with the most up-to-date types of machines and we expect to produce all kinds of steel goods at the lowest cost of production.

We take this opportunity of expressing our thanks for your confidence in the past, as we hope that the changes and improvements that we have now made will lead to even more business

Yours faithfully,
For Gangwal Industries,
Keari Mal Gangwal,
Proprietor

IV. Death of A Partner

MATHUR & COMPANY

Meston Road,
Kanpur,
12th September, 1961.

M/S

Dear Sirs,

We have to inform you that due to the death of our senior partner Sri Ramesh Chandra, we have taken into partnership Mr Naresh Chandra Gupta, who was our chief travelling agent in the states of Madhyapradesh Madras, Kerala and Mysore Mr Gupta has been with us for the last one decade and has a good experience of the management of the firm He will now act as the Manager of the Sales Department

The business will, however, be carried on under the same name, at the same premises and on exactly the same lines as before

We highly thank you for the past favour and we assure you that you may rely upon the same care and attention being given to your orders as in the past

Your faithfully,
For Mathur & Co ,
K Prasad,
General Manager

V Granting Power of Procuration

MATAUR & COMPANY

Meston Road,
Kanpur,
12th July, 1961

M/s

Dear Sirs,

We are glad to inform you that we have this day granted power of procuration to our manager, Mr E C Saksena and request you to treat all that he does in our name as done by us

Mr Saksena's signature is given below for your information —

(Signature of Mr S C Saksena)

Yours faithfully,
Mathur & Company,
M Prasad,
General Manager

VI. Invitation to visit stall at an Exhibition **POPULAR PRODUCTS**

Meston Road,
Kanpur,
12th October, 1961

M/S ,
..

Dear Sir/Sirs

You will be interested to hear that an Industrial Exhibition is to be held in the Exhibition Grounds, Delhi from 15th to 30 of this month. We think it will be worth your while to pay a visit to this exhibition as we are sure you will find there a number of articles likely to interest you.

You will be pleased to learn that we are also exhibiting our latest products in this exhibition, in Stall No. 45. We particularly request you to ask our representative at this stall to show you certain new products which we hope to put on the market within a couple of months. He will book your advance orders for these products.

We enclose three admission tickets for yourself and other representatives of your firm.

Yours faithfully,
For Popular products,
Ram Prasad
General Manager,

VII. Announcement of new goods by Manufacturers of **Retailers**

KANNAUJ ITRA BHANDRA

Main Market,
Gawhor,
17th July, 1961

M/S . ,
..

Dear Sirs,

You will be interested to hear that we intend to place on the market a new perfume which has been fully described in the

enclosed prospectus. As you are one of our old customers we are sending you advance information about this new product and also have pleasure in forwarding by separate post of a sample bottle with our trade terms. Stocks of this new product will be ready by the end of this month.

We have decided to advertise this new perfume on a large scale in several leading newspapers and magazines of India. Our advertisements will appear after the 20th of this month. We therefore, request you to let us have your order immediately so that you may have stocks in hand when the advertisements begin to appear in the papers.

We expect large order for our new preparation, and as all orders will be executed in strict rotation it will be to your advantage to order your requirements as early as possible.

We have prepared some attractive posters for our new perfume and, if you desire, we shall be glad to supply them to you free of charge when despatching your order.

Your's faithfully,
For Kannauj Itra Bhandar,
Ram Chandra,
Manager

VIII Announcing a New Product

POPULAR SOAP MANUFACTURERS

Industrial Estate,
Birlanagar,
Gwalior,
10th September, 1961

M/S

Dear Sir/Sirs,

You will be interested to hear that as a result of month's of patient research by our laboratory staff, we have now prepared a new liquid soap which we hope to put on the market within a month. A sample of this preparation has been sent to you by separate post for your personal trial.

From the enclosed trade terms and price list you will note that the prices of bottles of different sizes are exceedingly low and compare very favourably with other similar products already in the market. It is possible for us to sell our liquid soap at such low prices because of our system of mass production which enables us to maintain competitive prices without allowing the quality of production to deteriorate.

You will notice from the enclosed trade terms that a special extra discount of 10% will be allowed on trial orders received by us before the end of this month.

We hope we shall have your co-operation in the sale of this new product of ours and thank you in anticipation of your trial order

Yours faithfully,
For Popular Soap Manufacturers,
Keshav Prasad,
General Manager

IX Announcing the Establishment of a New Business TOY BHANDAR

Main Bazar,
Delhi,
18th July 1961

M/S . . .
.
.
.

Dear Sir/Sirs,

You will be pleased to hear that from the 11th of August 1961, I shall open a retail shop of my own, under the style "TOY BHANDAR", Main Bazar Delhi, where I request you to send your catalogues and particulars of your best wholesale trade terms

You will remember that for the last ten years I had been the Manager of Manorom Presentation Articles Department of the well known Departmental Stores of M/S Kashi Nath & Co. I have in my possession enough capital to enable me to honour my obligations and to keep in stock a large variety of toys from the cheapest to the most expensive so as to satisfy the requirements of all kinds of customers. I feel that my experience in the line will enable me to make a success of my business.

If you can quote special terms for large orders I may be able to stock your goods in such quantities as will enable me to display them on a grand scale. This, you will realise, will be mutually beneficial.

Yours faithfully,
For Toy Bhandar,
Ram Singh
Proprietor

Standard Questions

1. Define a 'Circular Letter'. What special points should be taken into consideration in the drafting of such letters?
2. Inform your customers by a circular letter that your shop has been destroyed by fire and that you have temporarily shifted your business to a new site.

- 3 Draft a circular letter to be sent to your regular customers announcing the arrival of some fresh goods in your stock
 - 4 Draft a circular letter from the following data :—

A general store shifting to another address—advantages of the new site—rail increase in trade—adding two new departments—soliciting further patronage
 - 5 M/S Shah & Co have newly established themselves as silk merchants in Main Bazar, Indore Write a circular letter regarding their business to their prospective customers
 - 6 Write a circular letter to your customers inviting them to visit your Stall in Exhibition to be held from the middle of this month
-

बाजार समाचार (MARKET REPORT)

- १५ विपणियों में प्रयोग होने वाली विशिष्ट शब्दावली ।
- १६ वस्तु विपणियों से सम्बन्धित वाक्यांश व समाचार एवं उनका स्पष्टीकरण ।
१७. वस्तु विपणियों व मॉडलों के समाचार ।

वस्तु विपणियों में प्रयोग होने वाली विशिष्ट शब्दावली

प्रारम्भिक

वाणिज्य के पदार्थों को प्रायः तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है—
 (अ) कृषि पदार्थ एवं औद्योगिक कच्चा माल, जैसे—गेहूँ, चावल, चना, ज्वार, बाजरा मक्का, दालें, चाय, तिलहन, कपास, पटसन आदि। (आ) निर्मित पदार्थ, जैसे—सूती, ऊनी तथा रेशमी वस्त्र, जूट की बनी वस्तुएँ, चीनी आदि और (इ) खनिज-पदार्थ, जैसे—सोना, चाँदी, कोयला, लोहा, ताँबा, सीसा आदि। जिस स्थान पर उपर्युक्त वस्तुओं का क्रय-विक्रय करने के हेतु व्यापारीगण एकत्रित होते हैं उसे 'वस्तु-विपण' (Commodity Market) कहते हैं।

उपज विनिमय विपणि में प्रयोग होने वाली शब्दावली (Produce-Exchange-Terms)

(१) तत्काल व्यवहार (Ready or Spot Business)—तत्काल-व्यवहार में आशय ऐसे व्यवहार का है जिसमें वस्तु का क्रय-विक्रय तत्काल उसी क्षण हो जाता है, अर्थात् व्यवहार के समय ही व्रेता को वस्तु की सुपुर्दगी दे दी जाती है और विक्रेता को भुगतान कर दिया जाता है। तत्काल व्यापार को वास्तविक-वस्तु व्यापार (Trading in Actuals) भी कहते हैं। वस्तुओं की पूर्ति तत्कालीन व्यवहारों में या तो व्यापारी अपने भण्डार में करता है अथवा नई फसल से देता है। कृषि पदार्थ, जो व्यवहार में आते हैं, साधारणतः फसल बट जाने पर ही निरक्षित माह में आते हैं। तत्काल व्यवहारों में वस्तुओं की माँग अधिकतम उपभोक्ता, उद्योग-पनि, दलालों आदि की ओर से की जाती है।

(२) भावी या अग्रिम व्यवहार (Future or Forward Business)—भावी व्यवहार से आशय ऐसे व्यवहारों का है जिनमें भविष्य में वस्तु का आदान-प्रदान करने के लिए अनुबंध किया जाता है। इन अनुबंधों को भावी अग्रिम अनुबंध (Future or Forward Contracts) कहते हैं। अग्रिम अनुबंध उन्हीं कहते हैं जिसके

आधार पर वस्तुओं के देने के लिए एक आगामी तिथि पहले से ही निश्चित कर दी जाती है तथा भावी अनुबन्ध से आशय एक ऐसे अनुबन्ध का है जिससे पर्याप्त परिवर्तन (Speculation) रहती है और एक अग्रिम अनुबन्ध की ही भाँति वस्तुओं की सुपुर्दगी एक नियम भावी तिथि पर की जाती है, परन्तु विशेषता यह रहती है कि वस्तुओं के मूल्य का अन्तर भुगतान करके इस अनुबन्ध की पूर्ति किसी भी समय की जा सकती है।

भावी व्यवहारों का उपयोग केवल किसी एक ही विशिष्ट वस्तु तक सीमित न रहते हुये सब महत्वपूर्ण वस्तुओं में होता है, जिनका श्रेणीयन एवं प्रमापीकरण हो सकता है, जैसे—गेहूँ, कपास, चूट आदि। कभी-कभी भावी व्यवहार महीनों के नाम से पुकारे जाते हैं। इसका आशय यह है कि उस वस्तु का प्रदान किसी विशेष महीने में (जिस माह के नाम से पुकारे जाते हैं) होगा।

(३) परिवर्तन (Speculation)—परिकल्पनिक व्यवहार विशेषतः भावी व्यवहारों में ही होते हैं, क्योंकि तत्काल व्यवहारों में वस्तुओं का प्रदान एवं भुगतान उसी समय होने के कारण परिवर्तन के लिए गुंजाइश ही नहीं रहती। यदि कोई व्यक्ति भावी अनुबन्ध के आधार पर कोई वस्तु खरीदता या बेचता है तो उसे मान अनुबन्ध की दातृत्व तिथि पर देना पड़ता है, किन्तु यदि कोई व्यक्ति किसी वस्तु की दातृत्व तिथि (Due date) पर देने या लेने की इच्छा न रखते हुए केवल उसका भुगतान उस तिथि पर लेने की अभिलाषा से भावी अनुबन्ध करता है और ऐसा करने में यदि उसे मूल्यों के अन्तर से लाभ कमाने की इच्छा रहती है तो ऐसे व्यवहार को 'परिकल्पनिक व्यवहार' (Speculative Transaction) कहते हैं तथा इन विषयों को 'परिवर्तन' (Speculation) कहते हैं।

माधारणतया जनता परिकल्पनिक व्यवहारों को चालू की दृष्टि में देखती है एवं इसे जुआ (Gambling) समझती है, किन्तु यह धारणा भ्रमपूर्ण है। वास्तव में परिवर्तन एक विज्ञान है और प्रत्येक विज्ञान की भाँति परिकल्पनिक व्यवहार करने के लिए भी उपज-विनिमय-विपणन की स्थिति का समुचित अध्ययन करना पड़ता है। जुए की भाँति केवल भाग्य से ही परिकल्पनिक व्यवहार नहीं किये जा सकते। इसके लिए बड़ी दूरदर्शिता की आवश्यकता पड़ती है एवं व्यवहार करने के पूर्व ऐसे कारणों का अध्ययन करना पड़ता है जिनसे विपणन की वस्तु के मूल्य प्रभावित होते हैं। जुआ एवं परिवर्तन में अन्तर बताते हुए एक व्यक्ति ने लिखा है कि "परिवर्तन का प्रारम्भ होते ही दूरदर्शिता आती है, किन्तु जुआ का प्रारम्भ होते ही दूरदर्शिता समाप्त हो जाती है।"^{*}

यदि किसी वस्तु विशेष के व्यापार में अत्यधिक परिवर्तन है तो उसे 'लोट', 'उत्तेजक', 'कल्पनिक' अथवा 'अनिश्चित' परिवर्तन कहते हैं। यदि कोई

* Speculation begins where foresight and gambling begins where foresight ends

व्यक्ति अत्यन्त उतावला होकर तीव्र परिवर्तन में अपने को फँसा लेता है तो इसके भयङ्कर परिणाम हो सकते हैं। दूरदर्शिता रहित परिकल्पनिक व्यापार भी 'जुभा' ही कहा जायगा।

परिवर्तन करने वाले व्यक्तियों में से कुछ तो व्यावसायिक परिकल्पक (Professional Speculators) होते हैं किन्तु कुछ नये खिलाड़ी (Amateurs) होते हैं। नये खिलाड़ियों को सदैव हानि की भाशा रहती है। वही व्यक्ति यशस्वी परिकल्पक (Perfect Speculator) हो सकता है जो अपना सम्पूर्ण समय एवं मानसिक शक्तियाँ केन्द्रित कर मूल्य प्रभावित करने वाले ममस्त घटकों का अध्ययन करके भावी मूल्यों का अनुमान लगा सकता है, किन्तु ऐसी समुचित परिकल्पना भी तभी प्रभावी एवं उपयोगी हो सकती है जब वह समुचित हो तथा प्रतिबन्धित हो।

तेजीवाला और मन्दीवाला (Bulls and Bears)

उपज विनिमय विपणन में भावी व्यवहार करने वाले परिकल्पक दो प्रकार के हो सकते हैं—तेजीवाले (Bulls) और मन्दी वाले (Bears)।

✓(४) तेजीवाला (Bull)—तेजीवाला परिकल्पक उस व्यक्ति को कहते हैं जो वस्तु के मूल्य वृद्धि की भाशा से वस्तु खरीद लेता है तथा भुगतान अवधि के पूर्व खरीदी हुई वस्तु को नीचे दर से बेचकर लाभ कमाता है। इसको तेजीवाला इसी कारण कहते हैं, क्योंकि यह अग्रिम क्रय सदैव वस्तु के मूल्य में वृद्धि की भाशा से ही करता है।

✓(५) निराश तेजीवाला (Stale Bull)—यदि किसी तेजीवाले परिकल्पक की भाशानुसार वस्तु के मूल्य में वृद्धि न हो, अर्थात् बाजार-भाव चढ़ने की अपेक्षा गिर जाये तो उसे 'निराश-तेजीवाला परिकल्पक' (Stale Bull Speculator) कहते हैं।

✓(६) पक्का तेजीवाला (Staunch Bull)—पक्का तेजीवाला वह है जो सदैव तेजीवाले का ही कार्य करता है और कभी भी मन्दीवाले का काम नहीं करता।

✓तेजीवाले का धावा या आन्दोलन (Bull Campaign or Bull Rigging)—यदि किसी वस्तु का मूल्य विपणन में परिकल्पनिक क्रय के कारण बढ़ जाता है और तेजीवाले भी अपनी वस्तुओं का मूल्य बढ़ाने के उद्देश्य से अनेक प्रकार के प्रवाद (Rumours) फैला देते हैं तो गप्पबाजी की ये कार्यवाहियाँ ही 'तेजीवाले के आन्दोलन' के नाम से पुकारी जाती हैं।

(७) तेजीवाले का लेखा (Bull Account)—यदि परिकल्पनिक क्रय के कारण वस्तुओं का मूल्य चढ़ जाता है तो उसे 'क्रयधिक्य स्थिति' (Overbought Positions) अथवा 'तेजीवाले का लेखा' कहते हैं।

(८) तेजीवाले को सहारा देना (Bull Support)—जिस समय उपज-विपणन में परिकल्पनिक क्रय अधिक होने लगते हैं तो इसे 'तेजीवाला आश्रय' कहते

हैं : इसके लिए 'तेजीवाले की कार्यवाही' (Bull Factor) शब्द का भी प्रयोग किया जाता है ।

(६) तेजीवाला घटक (Bullish Factor)—जिस किसी कारण से वस्तु के मूल्य में वृद्धि होती है, उसे तेजीवाला घटक या 'दीव्रगामी घटक' (Bull Factor) कहते हैं ।

(१०) तेजीवालों की भावना (Bullish Sentiments)—जब सटोरियों में यह भावना आ जाती है कि वस्तु के मूल्य चढ़ेंगे तो इसे 'तेजीवालों की भावना' कहते हैं ।

(११) तेजीवालों का विस्फोट (Bullish Outburst)—जब उक्त भावना से प्रेरित होकर परिवर्तकों द्वारा अग्रिम प्रय अविक होने सयता है तो इसे 'तेजीवाला विस्फोट' कहते हैं ।

✓ (१२) तेजीवालों का समापन या विलीयन (Bull Liquidation)—जब अपने पहले लोढ़े निरुटाने के लिए तेजीवाले विक्रय आरम्भ कर देते हैं, तब उसे 'तेजीवाला विलीयन' कहते हैं । 'विलीयन' का अर्थ यहाँ कुछ हानि उठाकर बेचना है । इस कार्य को 'भार से हल्का होना' (Unloading) भी कहते हैं ।

(१३) तेजीवालों का बाजार (Bull Market)—जिस बाजार में वस्तुओं का मूल्य सदैव चढ़ता ही रहता है (कभी गिरता नहीं) उसे 'तेजीवालों का बाजार' कहते हैं ।

(१४) तेजीवालों की परिपद् (Bull Syndicate)—परिवर्तकों का वह समूह जो वस्तुओं की दर चढ़ता रहता है, तेजीवालों का परिपद् कहलाता है । अमेरिका में इन परिपदों को 'तेजीवाला सभ' (Bull Pool) कहते हैं ।

✓ (१५) मन्दीवाले (Bears)—मन्दीवाला परिवर्तक वह व्यक्ति है जो अग्रिम व्यवहारों में इस आशा से विक्रय करता है कि भविष्य में मूल्य गिर जायेंगे तथा भुगतान के पूव ही वह मूल्य गिरने में सस्ते दर पर वस्तु खरीद कर देगा, जिसमें उसे लाभ होगा । मन्दीवियों के इस कार्य की निरङ्कु विक्रय प्रवृत्ति मन्दीवाला विक्रय (Blank Sale or Bear Sale or Short Sale) कहते हैं । मन्दीवाले आशावादी नहीं, बरन् निराशावादी होते हैं ।

✓ (१६) मन्दीवाला आच्छादन (Bear Covering)—जब भविष्य में मूल्य गिरने की आशा के विपरीत बढ़न लगते हैं तो मन्दीविया निराश होकर अपनी हानि में बचने के लिये प्रय करना आरम्भ करता है, जिसे मन्दीवाला आच्छादन कहते हैं । इसका माधारण प्रभाव यह होता है कि वस्तु का मूल्य बढ़ जाता है ।

(१७) मन्दीवाला घटक (Bear Factor)—कोई भी कारण, जिसके परिणामस्वरूप वस्तु का मूल्य गिरने लगे, मन्दीवाला घटक कहलाता है ।

(१८) मन्दीवालों की भावना (Bear Sentiments)—जब परिकल्पकों की ऐसी भावना होती है कि वस्तु का मूल्य गिरेगा तो उसे मन्दीवाली भावना कहते हैं ।

✓(१९) मन्दीवालों का लेखा (Bear Accounts)—जब किसी भी अग्रिम विपणि में त्रय से अग्रेसरकृत अधिक व्यवहार होते हैं तो विपणि की ऐसी स्थिति को अधि-विक्रय-स्थिति (Oversold Position) अथवा मन्दीवाला लेखा कहते हैं । जब परिकल्पक किसी ऐसी वस्तु का निरूपण करते हुए दिखाई देते हैं, जो वस्तु न तो उनके पास होती है और न इनकी तब तक खरीदी हुई होगी है तो ऐसी परिस्थिति को 'मन्दीवालों का खुला लेखा' (Open or Uncovered Bear Account) कहते हैं । इस खुले लेखे द्वारा यह पता चल जाता है कि वस्तु का मूल्य बढ़त ही 'मन्दी-वालों का आच्छादन' (Bear Covering) शुरू हो जायगा ।

✓(२०) मन्दीवालों का धावा या आन्दोलन (Bear Raid)—जब उपज-विपणि में अधिविक्रय की स्थिति होती है, अर्थात् वस्तु का विक्रय बहुत अधिक होने लगता है तो उस वस्तु के मूल्य को गिराने के लिये उसके विपण में नाना प्रकार की अफवाहें या गप्पें उड़ाई जाती हैं । ऐसी स्थिति को मन्दीवालों का धावा या मन्दी-वालों की चालें (Bear Tactics) कहते हैं ।

✓(२१) मन्दी वालों का विदोहन (Bear Squeeze)—कभी-कभी मन्दीवाले बाजार में किसी वस्तु की जब अधिक निश्री करना प्रारम्भ कर देते हैं तब कुछ व्यक्ति, जिनको यह ज्ञात होता है कि उस वस्तु की विपणि में अधि-विक्रय-स्थिति है, अग्रिम विनय को, जितना हो सके, प्राप्त कर लेते हैं, क्योंकि वे जानते हैं कि मन्दी वालों के पास देने को तो कुछ है नहीं, जिससे आगे चलकर वे अपने वायदे की पूर्ति कर सकें, तब वे मन्दीवालों से भुगतान अवधि के पूर्व उसी वस्तु के अधिक मूल्य मांगते हैं । ऐसी परिस्थिति में मन्दीवाले अपनी सुरक्षा के हेतु किसी भी मूल्य पर उस वस्तु का क्रय करने को तैयार हो जाते हैं, अन्यथा भुगतान के समय सकट उपस्थित हो सकता है (क्योंकि उनके पास देने को कुछ नहीं होता) । इस प्रकार जब मन्दीवाले कठिनाई में पड़ जाते हैं तब उस दशा को 'मन्दीवालों का विदोहन' या केवल 'विदोहन' (Squeeze) कहते हैं ।

(२२) सरक्षित तेजी तथा मन्दीवाले (Protected Bull and Bear)—जब अग्रिम व्यवहारों में कोई तेजी-विवल्लभारी मूल्य ऊँचे होते ही उसी मास का अग्रिम विक्रय करता है तो उसे सरक्षित मन्दीवाला (Protected Bear) कहते हैं । ऐसी स्थिति में अगर बाजार भाव गिर जाता है तो वह उसी मास का विवल्प पुनः खरीद कर लाभ कमा लेगा तथा विवल्प को भी रखेगा ।

✓(२३) विवल्प व्यवहार अथवा तेजी मन्दी व्यवहार (Options)—विवल्प व्यवहार (Option Dealings) को भारतीय बाजारों में 'तेजी-मन्दी-व्यवहार' (Teju-

Mandi-Transactions) कहते हैं। विकल्प एक प्रकार का अधिकार होता है, जिसके द्वारा विकल्पधारी (Option-holder) को (जिसे 'लगाने वाला' कहते हैं) सम्बन्धित वस्तु को निर्धारित समय एवं निश्चित मूल्य पर खरीदने अथवा बेचने का या दोनों का अधिकार मिल जाता है। जो व्यक्ति विकल्प देता अथवा बेचता है उसे 'विकल्प विक्रेता' कहते हैं। वह अपने विकल्प द्वारा वस्तु खरीदने वाले ग्राहक से वस्तु का मूल्य प्रत्याजिया (Premiums) में लेता है, जिसे 'विकल्प राशि' (Option Money) कहते हैं। तेजी-मन्दी व्यवहार में लाभ यह होता है कि मूल्य के उतार-चढ़ाव से विकल्प में घन लगाने वाले को लाभ की सम्भावना रहती है, किन्तु उनकी हानि की राशि विकल्प राशि तक ही सीमित रहती है।

उपयुक्त परिभाषा से यह स्पष्ट है कि विकल्प या तेजी-मन्दी के व्यवहार तीन प्रकार के होते हैं —

- (अ) तेजी-व्यवहार या क्रय-विकल्प,
- (आ) मन्दी-व्यवहार या विक्रय-विकल्प,
- (इ) तेजी-मन्दी-व्यवहार या क्रय-विक्रय-विकल्प।

इन तीनों प्रकार के विकल्पों में जो व्यक्ति विकल्प खरीदता है उसे 'नजराना लगाने वाला' जो व्यक्ति विकल्प बेचता है उसे 'नजराना खाने वाला' तथा इस विकल्प को खरीदने के लिये जो विकल्प प्रत्याजि देनी पड़ती है उसे 'नजराना' कहते हैं। प्रथम श्रेणी में विकल्प को 'तेजी लगाना' दूसरी श्रेणी के विकल्प को 'मन्दी लगाना' और तृतीय श्रेणी को विकल्प को 'नजराना लगाना' कहते हैं। विक्रय के मूल्य को 'तेजी-मन्दी या नजराना दर' कहते हैं।

(२४) तीव्र-विकल्प (Gale Option)—जब कोई भी परिकल्पक प्रचलित मूल्यों में अधिक मूल्य पर खरीदने के लिये अथवा प्रचलित मूल्यों से कम मूल्य पर बेचने के लिए विकल्प खरीदता है तो ऐसे विकल्प को 'तीव्र' अथवा 'घात-विकल्प' कहते हैं।

(२५) बकट शॉप (Bucket Shops)—जैसा हम ऊपर संकेत कर चुके हैं, उपज विपणियों में सदस्यों के अतिरिक्त अन्य व्यक्ति भी सदस्यों के माध्यम से व्यवहार कर सकते हैं, जिसके लिये सदस्यगण व्यवहार करने वालों से कमोशन लेते हैं। अन्य व्यक्तियों को विपणन का नियत मुलक भी सदस्यों को देना पड़ता है। विपणन के नियमानुसार उनमें निवेश-मुद्रा भी ली जाती है। जिस स्थान पर ये अन्य व्यक्ति व्यवहार करते हैं, उन्हें (Bucket Shops) कहते हैं।

(२६) सट्टा करना (Straddling)—उपज-विनिमय विपणन पर विभिन्न वस्तुओं के मूल्यों के अन्तर में व्यवहार करना ही परिवल्पना की एक पद्धति है। भविष्य की दो प्रलग-प्रलग तिथियों के लिए जो व्यवहार किये जाते हैं, उनके मूल्यों में कुछ अन्तर रहता है। यदि बाजार का भाव ऊपर को बढ़ता है तो बाद की तिथि

के भाव पूर्व-तिथि से कुछ अधिक होंगे और यदि बाजार-भाव नीचे गिरता है तो बाद की तिथि के भाव भी कम होंगे। जब सट्टा करने वाला व्यापारी यह समझता है कि भाव का अन्तर मात्रारण्य में अधिक है तथा भविष्य में यह अन्तर न रहेगा तो वह एक तिथि को खरीद कर दूसरी तिथि को बेच देता है। यदि उनके अनुमानानुसार दोनों भावों का अन्तर कम हो जाता है तो उसे लाभ होता है और यदि अन्तर अधिक बढ़ जाता है तो हानि होती है। मूल्यों में जो अन्तर होता है, उसे 'सट्टा-प्रम्याजि' अथवा 'डिस्काउण्ट' (Satta Premium or Discount) कहते हैं तथा इस प्रकार व्यवहार करने की क्रिया को 'सट्टा करना' (Straddling) एवं सट्टा करने वाले व्यक्ति को 'सट्टोरिया' (Straddler or Spreader) कहते हैं।

(१७) सुरक्षा करना (Hedging)—अंग्रेजी भाषा में (Hedging) शब्द का अर्थ घाड़ लगाना (Fencing) करना होता है, अर्थात् जिस प्रकार काँटेदार झाड़ियों की घाड़ लगाकर वाटिका का मालिक अपने बगोंच की रक्षा करता है, उसी प्रकार एक व्यापारी भी एक सोदे से होने वाली सम्भावित हानि से बचने के लिये दूसरा सोदा करता है, अर्थात् यदि उसने एक सोदा किसी वस्तु की खरीद का किया है तो दूसरा उसका उलटा उतनी ही मात्रा में विक्रय का सोदा करके और यदि एक विक्रय का सोदा है तो दूसरा त्रय का सोदा करके सम्भावित हानि से अपनी रक्षा करता है। उपज-विपणियों में होने वाले अधिकांश अग्रिम व्यवहारों का मूल उद्देश्य 'सुरक्षा करना' ही होता है। यह एक प्रकार का बीमा है, जिसका उपयोग भावी खतरों से बचने के लिये किया जाता है। इससे कृषक, उत्पादक तथा व्यापारीगण सभी को लाभ होता है।

(१८) सट्टे परिवर्तित करना (Switching Over)—एक स्थिति में से दूसरी स्थिति में बदलना (उदाहरणार्थ, जेठ के अनुबन्ध को भादो में परिवर्तित करने को) 'सट्टा परिवर्तित' करना कहलाता है।

(१९) एकत्रीकरण (Cornering)—जब अधिकांश तेजीवाले व्यापारी किसी विशेष वस्तु की पूर्ति करने के लिए किसी बाजार में वहाँ भाई हुई उस वस्तु की सारी सभ्या का अपने मही एकत्रित करने का प्रयत्न करते हैं तो उनकी यह क्रिया एकत्रीकरण (Cornering of the Commodity) कहलाती है।

(२०) निर्यात करना (Settlement)—जब तेजीवाला व्यापारी अपनी खरीदी हुई वस्तु को बेच देता है और जब एक मन्दीवाला व्यापारी अपनी बेची हुई वस्तु को पुन खरीदता है तो इसे 'निर्यात करना' कहते हैं।

(२१) व्यापार की गति (Volume of Trading)—विपणियों में व्यापार की गति सदैव एक सी नहीं रहती। व्यापार कभी तीव्र, कभी साधारण, कभी रुका हुआ, कभी कम, कभी सुस्त, कभी सीमित, कभी मन्दा, कभी स्थिर, कभी कम परिमाण वाला और कभी अधिक परिमाण वाला आदि नामों से पुकारा जाता है। इन विभिन्न गतियों के अनुसार ही बाजार को कभी तेज या तीव्र, कभी शान्त या

मन्दा, कभी रुचिकर और कभी अरुचिकर, कभी आकारहीन, कभी रंगहीन, कभी घटनापूर्ण, कभी घटना-रहित, कभी चढ़ा हुआ और कभी गिरा हुआ आदि विविध वाक्यों में सम्बोधित करते हैं।

(३२) मूल्य (Price)—वस्तु के विक्रेता द्वारा दी जाने वाली कीमत को मूल्य कहते हैं, क्योंकि वही वास्तविक मूल्य होता है, जिस पर विक्रेता का लाभ-हानि निर्भर करता है। 'ऊँचे मूल्य' के पर्यायवाची है 'उत्तमि-मूल्य' (Peak Price) या 'बाजार की सर्वोच्च दशा' (Ceiling of Market) इसी प्रकार 'निम्न-मूल्य' की 'निम्नातर-मूल्य' (Rock Bottom Price) भी कहते हैं। 'इस मूल्य पर विक्रेता समाप्त' (With Sellers Over) वाक्य का यह अर्थ होता है कि बाजार गिर रहा है और किसी विशेष मूल्य पर क्रेताओं की अपेक्षा विक्रेता अधिक है। इसी प्रकार 'इस मूल्य पर क्रेता समाप्त' (With Buyers Over) का अर्थ है कि भाव बढ़ रहा है एवं बाजार में विक्रेताओं की अपेक्षा क्रेता अधिक है।

(३३) प्रतिक्रिया (Reaction)—इसका तात्पर्य है 'विपरीत दशा में चलना' (Movement in the opposite direction)। जब किसी वस्तु का मूल्य बढ़ता है तो वह निरन्तर बढ़ता ही नहीं जाता, बल्कि एक सीमा के बाद मूल्य गिरने भी लगता है। इस चरम सीमा के बाद मूल्यों में गिरावट होने की गति को ही 'प्रतिक्रिया' कहते हैं। इसी प्रकार गिरते हुए बाजार में भी मूल्य सम्बन्धी प्रतिक्रिया हो सकती है।

अभ्यास के प्रश्न

- (१) उपज विनिमय विपणन से आपका क्या आशय है ? ऐसी विपणनों में व्यवहार में आने वाली वस्तुओं में क्या गुण होना चाहिए ?
- (२) उपज विनिमय विपणनों के कार्यों की व्याख्या कीजिये तथा यह भी बतलाइये कि इसका प्रयोजन किस प्रकार होता है ?
- (३) उपज विपणन में व्यवहार कैसे किया जाता है ? अच्छी तरह समझाइये।
- (४) निम्न शब्दों का अर्थ बतलाइये तथा उन्हें अपने वाक्यों में प्रयोग भी कीजिये —
- (i) भावी व्यवहार, (ii) परिवर्तन, (iii) तेजीवाला, (iv) तेजीवाले का धावा, (v) तेजीवालों का लेखा, (vi) तेजीवाला घटक, (vii) तेजीवालों का विस्फोट, (viii) तेजीवालों का समापन, (ix) मन्दीवाला आच्छादन, (x) मन्दीवालों का लेखा, (xi) मन्दीवालों का विदोहन, (xii) तेजी-मन्दी व्यवहार, (xiii) तीव्र विकल्प, (xiv) बकट खान (xv) मट्टा करना, (xvi) सुरक्षा करना, (xvii) मट्टे परिवर्तित करना, (xviii) एकत्रीकरण।

वस्तु विपणियों से सम्बन्धित वाक्यांश व समाचार एवं उनका स्पष्टीकरण

उदाहरण (१)

दिल्ली, २४ जून १९६१। भाज स्थानीय भनाज मार्केट में मजदूती की धारणा रही है। बाहर से उत्साहपूर्वक पूछताछ होने तथा सप्ताह दियति कमजोर होने के कारण बना तथा बाजरा ३७ न० पै० से ५० न० पै० प्रति मन बढ़ गया। ज्वार और उद भी ऊँचे बोले गये। जबकि मोट ७५ न० पै० प्रति मन घुसर गई।

आवक सीमित होने के साथ बीनी में कोई पूछताछ न थी।

उत्तर-प्रदेश से तेजी के समाचार आने के कारण मरसों बकिया बवालिट्टी ५० न० पै० प्रति मन घट गई और इसका तेल पक्की घानी १) बढकर ६५) और ६६) प्रति मन हो गया। तेल मूँगफनी में १) की नवीन तेजी आई और भाव ६६) और ७० ५० ६० प्रति मन हो गया। तेल तिल जो कि कल ७७) था, ७८) प्रति मन हो गया।

कोबीन के तेजी के समाचारों से काली मिर्च ५) प्रति मन और चढकर २६५) हो गई।

आवक — बीनी १८ टुक, तेल मूँगफनी २ बैगन।

प्रश्न

(१) उपरोक्त के लिये एक उपयुक्त शीर्षक दीजिये।

(२) काले भागों की सरल शब्दों में समझाइये।

शीर्षक —

चाय, बाजरा, ज्वार, उरद व मोट में तेजी तिलहन तेलों में सुर्खों
काले शब्दों का अर्थ—

(१) मजदूती की धारणा—मजदूती की धारणा से यहाँ आशय बढ़ी हुई कीमतों से है। जब कभी यह आशा की जाती है कि भविष्य में मूल्यों में वृद्धि होगी,

तो बाजार में ऐसी मांश को वृद्धि या मजबूती की धारणा कहते हैं ।

(२) उत्साहवर्द्धक पूँछ-ताँछ—उत्साहवर्द्धक पूँछ-ताँछ से तात्पर्य वस्तु की अधिक मांग से है ।

(३) सप्लाई स्थिति कमजोर—जब किसी वस्तु की मांग तो अधिक होती है, परन्तु उसकी पूर्ति (Supply) कम होती है, तो ऐसी स्थिति को दुर्बल या कमजोर स्थिति कहते हैं ।

(४) ऊँचे बोले गये—ऊँचे बोले जाने से मांग्य वस्तु के मूल्य में वृद्धि में है । जब किसी वस्तु की मांग अधिक होती है और उसकी पूर्ति कम होती है तो ऐसी स्थिति में वस्तुओं के मूल्य प्रायः ऊँचे लगते हैं ।

(५) सुधार गई—जब कभी गिरी हुई कीमतों के बाद बाजार में भावों में वृद्धि होने लगती है, तो ऐसा कहा जाता है कि भावों में सुधार हो गया है ।

(६) भावक—विषय के हेतु बाजार में भाये हुये सामान को भावक कहते हैं ।

(७) तेजी के समाचार—जिस समाचार, घटना प्रपञ्च प्रपञ्चाह से बाजार में वस्तुओं का मूल्य बढ़ जाय, तो ऐसे समाचार की तेजी के समाचार कहते हैं ।

(८) चढ़कर—यह शब्द वस्तुओं के मूल्य में वृद्धि का सूचक है ।

उदाहरण २

हाफुड, १२ अगस्त । मदडियों की पटान के कारण सरफा बायबा बाज भी मजबूत रहा । भारतीय लोकसभा ने मृत्यु कर विधेयक के प्रस्तुत किये जाने से बाजार का नेतृत्व अपने हाथ में ले लिया ।

चाँदी बायबा मजबूती के साथ सुना और मदडियों की पटान के कारण उसने अपनी प्रगति की, लेकिन बाद में कलकत्ते के सटोरियों की बिकवाली और तैयार माल की कुछ बिर्ती के कारण उसमें मामूली गिरावट आ गई । अधिक आमद भी बन्द होते समय कमजोरी का एक कारण था । बाजार पहले के मुकाबिले मजबूती स्थिति में बन्द हुआ, लेकिन वह दिन के सर्वोत्तम स्तर पर बन्द नहीं हुआ ।

मदडियों की पटान के कारण चाँदी के मुकाबिले सोना-वर्ग मजबूत रहा । मृत्यु-कर विधेयक के पेश किये जाने में भाव पर प्रभाव डाला ।

प्रश्न

(१) काले शब्दों की अत्यन्त सरल हिन्दी में समझाइये ।

(२) मृत्यु-कर विधेयक के प्रस्तुत किए जाने से सोने के भावों में वृद्धि के कारणों पर प्रकाश डालिये ।

(३) चाँदी में साधारण गिरावट क्यों हुई, समझा कर लिखिये ।



काले शब्दों के अर्थ •

(१) मंडियों की पटान के कारण सराफा बाजार आज भी मजबूत रहा—
जिन व्यापारियों ने भविष्य में माली या गिरावट के डर से सोना-चांदी बेचने का
बायदा किया था, उन्होंने इन पदार्थों के मूल्य में थोड़ी भी तेजी आ जाने पर सोना-
चांदी खरीदना शुरू कर दिया, जिससे कि उनका घाटा पूरा हो सके। इन लोगों की
खरीद के साथ साथ मूल्यों में और भी वृद्धि होना शुरू हो गई।

(२) मृत्यु-कर—मृत्यु-कर से तात्पर्य उस कर का है जो कि उस माल मयवा
सम्पत्ति पर लगता है, जिसे मरने वाला अपने पीछे छोड़ जाता है। निर्धन व्यक्तियों
की मृत्यु की दशा में मृतक की सम्पत्ति पर किसी भी प्रकार का कर नहीं लगता।
यदि किसी की सम्पत्ति १,००,००० रु० से अधिक मूल्य की है, तो मृतक के उत्तरा-
धिकारियों को मृत्यु कर देना पड़ेगा।

(३) बाजार का नेतृत्व—बाजार का नेतृत्व करने से यहाँ आशय बड़े हुए
मूल्यों से है। जब किसी वस्तु के मूल्य में वृद्धि हो जाती है, तो बाजार में वह आम
वर्ग का विषय बन जाती है। वस्तु मुख्यतः व्यापारियों का बड़ा हित या अनहित
करती है, अतः उसकी बड़ी चहल-पहल रहती है। इसी को बाजार का नेतृत्व कहते
हैं, क्योंकि उस वस्तु की सहानुभूति से अन्य वस्तुओं के भावों पर भी प्रभाव पड़ता है।

(४) सटोरियों की बिकवाली—सटोरिया शब्द से आशय उस व्यापारी का
है जो बायदे के सौदे करके बेचन भावों के उत्तार-वढ़ाव से लाभ प्राप्त करते हैं। ये
लोग वास्तविक त्रय-विषय करने वाले नहीं होते। जब कोई सटोरिया भविष्य में
किसी वस्तु के मूल्य में गिरावट की आशा करता है, तो वह उस माल को पहले
ही बेचने का बायदा करता है। इसी को 'सटोरियों की बिकवाली' कहते हैं।

(५) भाव पर प्रभाव डाले—जिम समय मृत्यु कर (Death Duties) सम्बन्धी
विल पेश किया गया उस समय मोने की कीमते बहुत चढ़ी हुई थी। इन विल के
परिणामस्वरूप कीमतों में और भी वृद्धि हो गई।

प्रश्न २ का उत्तर

मृत्यु कर विल का सोने के भावों पर प्रभाव

मृत्यु-कर विल का सोने के भावों पर बड़ा गम्भीर प्रभाव पड़ा। मृत्यु-कर से
तात्पर्य उस कर का है जो कि मृतक की सम्पत्ति पर लगाया जाता है। यह मृतक के
उत्तराधिकारियों को चुकाना पड़ता है। यदि वह सम्पत्ति मयवा धन ऐसा है जिसको
चुकाया नहीं जा सकता, तो उत्तराधिकारियों को भी मृत्यु कर देने से नहीं बच सकता।
परन्तु यदि कोई व्यक्ति अपनी सम्पत्ति मयवा धन को सोने के रूप में रखे तो कर-
अधिकारी उसका पता आसानी से नहीं लगा सकते, क्योंकि सोना अत्यंत छोटा, किन्तु
बहुमूल्य पदार्थ होता है और इसे बड़ी आसानी से कहीं भी छिपाया जा सकता है।
जब मृत्यु-कर सम्बन्धी विल पेश किया गया, तो समस्त जनता में बड़ी असहनी पैदा

हो गई। मृत्यु-कर से बचने के लिए लोग अधिक से अधिक सोना खरीदने लगे, इस-लिये सोने की माँग में वृद्धि हो गई। जब सोने (Gold) की माँग बढ़े, तो माँग व पूर्ति के सिद्धान्तानुसार, उसके मूल्य में भी वृद्धि हो गई।

प्रश्न ३ का उत्तर

चाँदी में गिरावट के कारण

चाँदी में साधारण गिरावट के प्रमुख कारण निम्न थे —

(अ) सटोरियों द्वारा निव्वाली, (ब) निर्मित माल की कुछ विक्री, (स) बाजार में चाँदी की अधिक आपूर्ति।

उदाहरण ३

ग्राहक, १६ सितम्बर। प्रारम्भिक कमजोरी के बाद चाँदी बापदे में सुधार हुआ और मन्डियों की पटान के फलस्वरूप वह स्थिर रुख के साथ बन्द हुई। प्रारम्भिक कमजोरी का कारण यह खबर थी कि एक प्रमुख सटोरिया बड़े पैमाने पर डिलीवरी देगा। इस खबर के फलस्वरूप अधिक स्टॉक खाली हो पटान की। सोने बापदे का रुख चाँदी की सहानुभूति में रहा। जोरी में लाये गये सोने की नई आपूर्ति के फलस्वरूप माबनर पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा। सोने की आपूर्ति तथा खपत क्रमशः ५,००० तोले और ३,००० तोले की रही। घाट औसत डिलीवरी सीढ़े प्रारम्भ हो गये। चाँदी में बदले की दर मन्डियों के पक्ष में ६ घटे रही।

प्रश्न

- (१) चाँदी में कमजोरी के कारणों का उल्लेख करते हुए सोने पर उसका प्रभाव बतलाइये।
- (२) काले शब्दों को सरल हिन्दी में समझाइये।

प्रश्न १ का उत्तर

चाँदी में कमजोरी का सोने पर प्रभाव

आलोच्य मसाले के शुरू में व्यापारियों के बीच अफवाह उठ गई कि एक स्थापित प्राप्त सटोरिया बहुत बड़ी मात्रा में माल को बेचने की तैयारी कर रहा है। ऐसी स्थिति में चाँदी के मूल्य में कमी आ जाना स्वाभाविक था। चाँदी के मूल्यों में कमी हो जाने से सहानुभूति स्वरूप सोने के मूल्यों में भी कुछ गिरावट आ गई।

काले शब्दों के अर्थ

(१) कमजोरी—कमजोरी शब्द से यहाँ आशय चाँदी के गिरते हुए भाव से है।

(२) सुधार हुआ—जब किसी वस्तु की गिरी हुई कीमतों के बाद बाजार में मूल्य-ऊँचा होने लगता है तो कहा जाता है कि मूल्यों में सुधार हुआ ।

(३) मन्दडियों की पटान—जो व्यापारी भविष्य में मूल्यों के गिरावट का अनुमान लगाते हैं, वे पहले से ही एक निश्चित भाव पर माल बेचने का वायदा कर देते हैं, जिससे कि गिरते हुए मूल्यों से उन्हें हानि न हो । उनका यह विश्वास होता है कि भविष्य में बेची हुई वस्तु का मूल्य गिर जायगा, अतः उस समय कम मूल्य में उसे खरीद कर निश्चित भाव पर बेच दिया जायगा । इस प्रकार उनको लाभ होगा । इस विचारधारा के व्यापारियों को मन्दडिया (Bears) कहते हैं, क्योंकि वे भविष्य में मन्दी का अनुमान लगाते हैं ।

कभी-कभी मन्दडियों की भाशा निराशा में परिणत हो जाती है, भाव गिरने की अपेक्षा ऊँचे होने लगते हैं और इससे मन्दडियों की हानि होती है । जब भाव में लगातार वृद्धि होने लगती है, तो आगामी हानि से बचने के लिए मन्दडिये शीघ्र ही जिस माल की बेचने का वायदा करते हैं, उन्ही को खरीदने लगते हैं । इस प्रकार उन दुर्भाग्यवासी मन्दडियों द्वारा की हुई खरीद को मन्दडियों की पटान कहते हैं ।

(४) कटान की—जब किसी वस्तु के मूल्य में इतनी अधिक वृद्धि हो जाती है कि तेजडिया यह समझने लगता है कि इससे अधिक वृद्धि नहीं होगी, तो वह मूल्य-वृद्धि से लाभ उठाने के लिए अपने पास रखे हुए स्टॉक को बेचना शुरू कर देता है । तेजडियों द्वारा बड़ी हुई कीमतों पर इस प्रकार की बिक्री को ही कटान कहते हैं ।

(५) भावना पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा—जब बाजार के रख पर किसी घटना का विपरीत प्रभाव पड़ने लगता है, तो उसे 'भावना पर प्रतिकूल प्रभाव' कहते हैं । उपर्युक्त अवतरण में दी हुई सूचना के अनुसार सोने (Gold) का रख मजबूत था, परन्तु सोने की नई आमद के कारण इस रख में परिवर्तन हो गया और मूल्य गिरने लगे । इसी कारण सोने की भावना पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा ।

(६) आमद—आमद से आशय माल की उस मात्रा से है जो बिक्री के लिए बाजार में उपस्थित हो ।

(७) खपत—किसी वस्तु की माँग या बिक्री को खपत कहते हैं ।

(८) आसोज डिलीवरी—सट्टे बाजारों में भविष्यत्त वायदे के ही सीदे होते हैं । इनकी पूर्ति किसी भावी तिथि पर होती है । उदाहरण के लिए, एक तेज-डिये ने मन्दडिये से १०० तोले चाँदी १५० रु० के भाव पर २ महीने बाद अर्थात् आसोज में खरीदने का वायदा किया । इसका मतलब यह हुआ कि बेचने वाला क्रेतों को इस चाँदी की डिलीवरी आसोज महीने में देगा । वे समस्त सीदे जिनकी डिलीवरी आसोज के महीने में दी जायगी, आसोज डिलीवरी के सीदों के नाम से पुकारे जाते हैं ।

(६) बदले की दर—जिम महीने के लिए सौदा किया जाता है उस महीने की कोनसी तिथि को सौदा पूरा किया जायगा, यह बाजार के अधिकारी प्रति माह के प्रारम्भ में निश्चिन करते हैं। खरीद का वायदा करने वाले व्यापारी का यह कर्तव्य है कि वह खरीदे हुए माल की डिलीवरी लेकर अपना वायदा पूरा करे। कभी-कभी खरीद का वायदा करने वाला मूल्य स्तर गिर जाने के कारण प्रथवा बेचने का वायदा करने वाला मूल्य में वृद्धि के कारण अपने वायदे को पूरा नहीं कर पाता। ऐसी दशा में वह दूसरी पार्टी या पक्षकार से यह प्रार्थना करता है कि वायदे के पूर्ण करने की तिथि को किसी आगामी तिथि तक स्थगित कर दिया जाय। तिथि के इस प्रकार स्थगित करने को ही 'बदला' कहते हैं। जो पक्ष इस स्थगित करने के लिए अपनी सहमति देता है, वह उसके लिए कुछ हर्जाना प्राप्त करता है। इस क्षतिपूर्ति प्रथवा फीम की दर को 'बदले की दर' कहते हैं।

बाजार की रिपोर्ट

(Market Reports)

प्राजकल लगभग सभी समाचार-पत्रों में विभिन्न विषयों के वस्तु मूल्य प्रकाशित किए जाते हैं। प्रायः बाजार की रिपोर्ट दैनिक, साप्ताहिक तथा वार्षिक होती है। दैनिक रिपोर्ट सक्षिप्त होती है तथा इससे इन बात का ज्ञान हो जाता है कि बाजार की प्रवृत्ति (Market Tone) किस ओर अधिक रही और कबो ? साप्ताहिक रिपोर्ट मुख्यतः व्यापारिक तथा आर्थिक साप्ताहिकों में एवं दैनिक समाचार-पत्रों में भी प्रकाशित होती है। साप्ताहिक रिपोर्टों में उस सप्ताह में व्यवहारों की प्रवृत्ति किस ओर अधिक या कम रही तथा उसके क्या कारण थे एवं आगामी सप्ताह में कोनसी प्रवृत्ति कार्य करेगी एवं कबो, इसका भी अनुमान दिया जाता है। मासिक रिपोर्ट में प्रत्येक माह से सम्बन्धित इसी प्रकार की जानकारी दी जाती है।

वार्षिक रिपोर्टों में सम्पूर्ण वर्ष की बाजार की भविष्य कलाई जाती है। इस रिपोर्ट के अध्ययन से देश की सामाजिक, आर्थिक, औद्योगिक एवं राजनैतिक स्थिति का ज्ञान हो सकता है।

भारतवर्ष में दैनिक एवं साप्ताहिक रिपोर्टों की प्रकाशित करने वाले दैनिक पत्रों में से (The Economic Times, Hindustan Times, Times of India तथा Statesmen प्रसिद्ध हैं एवं साप्ताहिक में Commerce, Capital तथा Indian Finance मुख्य हैं। वार्षिक रिपोर्ट Commerce, Capital तथा Indian Finance के वार्षिक अंक में दी जाती है तथा इस प्रकार का वार्षिक विवरण The Annual Market Review शीर्षक पत्रिका में भी प्रकाशित होता है। हिन्दी के पत्रों में, जिनमें बाजार-भाव प्रकाशित होते हैं, 'हिन्दुस्तान', 'नवभारत टाइम्स', 'भाज', 'विश्व-मित्र', आदि प्रमुख हैं।

कार्यक्षम परिवर्तकों तथा विनियोजकों के लिये इन रिपोर्टों का अध्ययन बहुत महत्व रखता है, क्योंकि इनके अध्ययन से वे वस्तु अथवा प्रतिभूतियों के भावी मूल्यों का अनुमान लगा सकते हैं।

नीचे हम नमूने के कुछ बाजार प्रस्तुत करते हैं.—

(१)

अण्टी का भविष्य उत्साहजनक

चालू सप्ताह में बम्बई तिलहन बाजार में अण्टी विशेष रूप से मजबूत रही। मण्डियों की पटान और ताजा समर्थन से हाजिर और वायदा दोनों में सुधार आया। मितम्बर सीदा मप्ताहात के १७३॥) के भाव से बढ़कर १७७ २० तक पहुँचा, जबकि बुधवार की बन्द भाव १७६॥) रहा। हाजिर अण्टी का भाव प्रति इण्डरमेट लगभग ॥) बढ़ा। अण्टी के तेल में प्रति बबलर १-) से ॥) तक का सुधार आया।

अण्टी के तेल का निर्यात-भविष्य अच्छा होने की धारणा से अण्टी में यह तेजी आई। बताया जाता है कि पिछले चार-पाँच दिनों में अमरीका की दिलचस्पी काफी बढ़ गई है। इसका पता खरीदारी से चलता है। खरीदू जुलाई शिपमेंट के आधार पर व्यापारिक बहा० के लिए १५ २५ सेट प्रति पौंड दे रहे हैं। पता चलता है कि गत सप्ताह शिपमेंट ने लगभग २,००० टन तेल का सदान बुक कर लिया। जहाज अमरीका की ओर रवाना होने वाला है। इसी बीच निर्यातक हाजिर सप्लाई की पटान करने के इच्छुक हैं। इससे बाजार में मजबूती की बल मिला है।

(२)

बम्बई रई बाजार

(हमारे रई मकानवाला द्वारा)

बम्बई, २२ जून। रई बायदे में आज भी कारोबार नहीं हुआ। प्राइवेट में धारणा मजबूत रही।

शिवरी हाजिर बाजार में तेजी का वातावरण था।

बुधवार के भाव—

कोसाभा एमार्क १,१११५, अकोला एल-१४७ १,०५५, मतिजापुर एल-१४७ १,०००, बोदली विजय १,०७१, वरदोली एमार्क १०,६१, हाजिर माडली कल्याण ६६०, समी कल्याण ६५३, रनदेजा कल्याण एमार्क ६६०, अमरीकन ग्रान मैम्पिल १,०३०, गड मिडलिंग १,२४५।

(३)

दिल्ली बाजार

तेल, तिल तथा काली मिर्च में और तेजी - जिस बायदे नरम

दिल्ली, १३ जून। आज स्थानीय मण्डियों में तेल, तिल तथा काली मिर्च में

घोर तेजी घाना विशेष बात थी। इसके विपरीत चीनी में प्रायः नरमी दिखाई दी। सरसों तथा गुड बायदो में मुलायमी आई।

तेल तिल के भाव आज लगभग २ रु० प्रति मन ऊँचे बोले जा रहे थे। काली मिर्च में दिसावरो की खबरो से ५ रु० प्रति मन का लाभ हुआ। तेल भूँगफली की ग्राहकी भी ऊँचे दामों पर थी, परन्तु तेल घरड़ी की कुछ ताछ कम होने से उसमें मुलायमी आई। बड़िया सरसों तथा काले विनीले में थोड़ा लाभ था। इसके विपरीत चीनी का स्टॉक घट्ठा होने से उसमें विशेष रूप से डी—२९ माल में नरमी थी। आज आमद लगभग १२ ट्रक माल की थी।

अनाजों में फार्म गेहूँ, ज्वार तथा जने की खरीदारी निकलने से उनके भावों में हड़ता थी, किन्तु समूर के भावों में मामूली हानि थी।

सरसों अगस्त के भाव थोड़े ऊँचे खुले। पञ्जाब में 'मकाली' मोर्चे के फलस्वरूप तैयार माल के भाव नरम होने की खबरो से बाढ़ में भाव कमजोर हो गया। आगरा के प्रतिरिक्त पञ्जाब में सटोरियों ने भी बिनी की।

गुड बायदा के भाव हापुड के मुलायमी के समाचारों से कमजोर खुले। सीमित घटा-बढी के बाद बम्बई में वर्षा होने की खबर से अन्त में भाव मुलायम हो रहे।

वस्तु विपणियों व मण्डियों के सामाचार

प्रारम्भिक

इस अध्याय में विचारियों के हेतु कुछ बाजार समाचार (Market Reports) दिए गए हैं, और उनमें यह भाषा की जाती है कि वे —

- (अ) प्रत्येक समाचार के लिए एक उपयुक्त शीर्षक देंगे । तथा
- (ब) रेखांकित शब्दों व वाक्यांशों को सरल से सरल हिन्दी में समझावेंगे ।

(१)

दिल्ली, २१ जून । उत्तर-प्रदेश से मँग भण्डो होने के कारण चना के भाव और मामूली सुघर गये और आज भारी निकासी बतलाई गयी है । स्थानीय मँग भण्डो होने तथा सप्लाई स्थिति कमजोर होने के कारण उर्द तीव्रता से १५० से २) तेज होकर १८) और २१) प्रति मन हो गया । उर्द दाल भी १) मन ऊँची बोली गई ।

मँग भण्डो होने से जो १२ न० पे० प्रति मन बढ़ गया । दाल चना भी मजबूत रही ।

भण्डो आवक होने के उपरान्त भी चीनी के भावों में कोई परिवर्तन न था । बाहर के उत्साहवर्द्धक समाचारों से तथा स्थानीय मँग भण्डो होने के कारण बिनीले का भाव ५० नये पैसे प्रति मन तेज हो गया । बायदा विभाग की सहानुभूति में सरसो मामूली तेज रही । तेज सरसो पक्की घानी ५० नये पैसे प्रति मन बढ़ गया । पड़ोसी प्रान्तों से मँग भण्डो होने के कारण किशमिश (१।१) ५) प्रति मन सुघर गई ।

बायदा के पर्वेय सौदों पर सरकार द्वारा बड़ा कटम उठाये जाने के कारण जाल मिर्च का भाव १०) प्रति मन गिरकर २५०) रह गया ।

(२)

दिल्ली, २६ जून । आसोच्च सप्ताह में स्थानीय मण्डियों में प्राय तेजी का रख रहा । सराफ तथा जेयर बाजार में मिली जुली धारणा थी ।

अनाजों में विशेष रूप से खरीफ की फसल के मोटे अनाजों में अच्छी तेजी आई। इसके विपरीत बढिया चावलों में और कमजोरी आई। तेल तथा तिलहनो में तेजी थी। हमारे अतिरिक्त मरमो अग्रस्त में भी उल्लेखनीय वृद्धि हुई। गुड बायदो में मजबूती थी, किंतु चीनी के भाव स्थिर रहे।

गन्ने में फार्म गेहूँ की धामद की तुलना में उठाव अधिक होने से उसमें थोड़ी मजबूती आकर अंत में भाव ₹० १६ ५० प्रति मन रहे, किंतु दड़ा तथा गरवती गेहूँ की धामद व खपत बराबर होने में उनके भावों में स्थिरता रही। खपत वाले क्षेत्रों में चने की लगातार माँग आने से यहाँ भी खरीदारी अधिक थी। सप्ताह कम होने तथा बिजबाल पीछे हटने से उसमें ७५ नये पैसों की बढ़ोतरी होकर अंत में भाव ₹० १४ ५० से ₹० १५ पर थे। चने में तेजी आने से जौ की माँग भी अच्छी थी। इससे उसमें थोड़ी मजबूती आई। बाबली चने की धामद कम थी। इसके अतिरिक्त खपत वाले क्षेत्रों की माँग निक्कलन से उठाव अच्छा था, जिसमें उसमें ५० नए पैसों की मजबूती आई थी, मत्तानात में भाव मामूली नरम होकर अंत में ₹० १५ से ₹० १६ पर रहे। सेला तथा बरहट बासमती चावल की धामद अच्छी होने तथा माँग कम होने से उनमें ₹० १ से ₹० २ की मध्य आकर सप्ताह अंत में सेला बासमती ₹० ३० से ₹० ३५ तथा बरहट माल के भाव ₹० ३५ प्रति मन रहे, मोटे चावलों की माँग अच्छी होने में उसमें थोड़ी हड़ता रही।

(३)

दिल्ली, १७ जून। आज स्थानीय मण्डियों में सात सिर्ब तथा आव्रजोश में तेजी की प्रवृत्ति थी। तेलों में तेजी जारी रही, परन्तु गोने के भाव मस्ते बोले जा रहे थे। मरमो बायदे में तेजी का दौर रहा। कारोबार अच्छा हुआ।

किराने में माल सिर्ब की माँग अच्छी बनी रहने और स्टॉक कम होने से उसके भाव लगभग ₹० ५ प्रति मन और बढ़ गये। आव्रजोश में बाहर के ममा-चारों ने मजबूती आई। हमारे विपरीत पोस्त दाना तथा गोने की वृद्धता कम होने से उनकी विधी कुछ मस्ते भावों पर हो गयी थी।

अन्य मण्डियों में जौ में हड़ता थी, किंतु मसूर तथा मोठ में मुलायमी रही। मूँगफली की ग्राहकी अच्छी थी, जिससे उसके भाव लगभग ५० नये पैसे प्रति मन और ऊँचे हुए।

मरमो अग्रस्त के भाव सुनते ही खासे ऊँचे थे। इसके बाद मण्डियों की भारी पटान तथा नरेला के मंडोंगियों की खरीदारी में उनमें और तेजी आई। बाद में बम्बई से मरमो की खबरों के आधार पर सटोरियों ने बिनी की, जिसमें भाव थोड़े नरम हुए। इसके बावजूद कल की अपेक्षा भाव तेज ही थे।

गुड बायदो के भाव भी ऊँचे सुन कर हापुड के सटोरियों की खरीदारी से और बढ़े, परन्तु सरसो की देखादेखी बाद में उनमें भी मुलायमी आई।

(८)

कलकत्ता, २१ जून। एक प्रमुख कारोबारी द्वारा १० से १५ हजार गाय बी० टिबल की खरीदारी किए जाने और चीन में नई पूछताछ की प्रस्ताव से शुरू के कारोबार में घटमन के सामान में मजबूती रही। बन्द होते समय बायदा बाजार में कुछ सट्टा बिजली के कारण कुछ गिरावट आ गई। टाट तैयार २० ४५.५० और बी० टिबल २० १५१ ३५ पर बन्द हुई। जुलाई सितम्बर टाट का २० ४७ पर कारोबार हुआ।

(५)

बम्बई, २१ जून। तिरहन बायदे ग्रामतौर पर स्थिर रहे। दिन के अधिकांश भाग में मूंगफनी बायदों में सीमित घट-बढ़ गई। लेकिन बन्द होते समय उत्तर भारत और विशेषतः सोवियत की ऊँची खबरों के कारण मजबूती आ गई। भरएडी बायदा कुछ नीचा रहा, लेकिन रुख पूर्णतः स्थिर रहा। सितम्बर और सितम्बर-अक्टूबर डिलीवरी के लिए सी० एण्ड एफ० ग्युडार्क के लिए साजिल १६॥ और १६ सेन्ट के भाव पर विक्रेता था, मत स्थानीय बजट में भरएडी बायदे के भाव शुरू में गिर गये। बाद में मन्डडियों की पटान के कारण हानि का अधिकांश भाग खत्म हो गया। अलसी स्थिर रही। निजी कारोबार में रुई बाजार की ऊँची खबरों के कारण बिनोला मजबूत रहा। भरएडी में ८,००० खण्टी का कारोबार हुआ। रुख स्थिर रहा। भरएडी सितम्बर २० १७६ ३७ से १७६ ५० के इर्द-गिर्द खुली और २० १७५ ८५ पर बन्द हुई। मूंगफनी अक्टूबर २० २१५ ७५ पर फिर खुली और २० २१६ ७५ पर बन्द हुई। अलसी और बिनोला बायदे क्रमशः २० ३४ ०६ और २० १६० पर काममें रहे।

(६)

बम्बई, २६ जून। गत सप्ताह स्थानीय मरफे में मिश्रित रुख दिखाई दिया। आलोच्य सप्ताह में चाँदी में तेजी रही, किन्तु सोने में पूरे सप्ताह नरमी बनी रही।

बम्बई, कलकत्ता और अन्य केन्द्रों में कुछ प्रमुख तेजडियों के जोर के कारण चाँदी में मजबूत रुख था। भारी आम्ब के बावजूद तेजटिए बायदों में तेजी लाने में में सफल हो गए। चाँदी के भावों में तेजी लाने और ऊँची से ऊँची बढ़ती लेकर मन्डडियों की बाहर ढकेलने के लिए कलकत्ता में तेजडियों ने एक सिडीकेट की स्थापना की है। पूर्व सप्ताह की तुलना में आलोच्य सप्ताह में चाँदी प्रति मितली २० ५० की तेजी आई। सोना यद्यपि चाँदी की सट्टानुभूति में बाद में कुछ सुधरा, किन्तु सप्ताह में नीचा बन्द हुआ।

MARKET REPORT

CHAPTER 18
COMMODITY MARKETS
(EXPLANATION OF TERMS, PHRASES & REPORTS)

Important Commodity Markets

India's principal commodity markets are — Jute Market of Calcutta, Cotton Market of Bombay, Cotton Cloth Markets of Calcutta, Bombay, Kanpur, Amritsar, Wheat Markets of Hapur and Chandausi, Hides and Skin Markets of Madras and Kanpur, Sugar Markets of Calcutta, Kanpur, Meerath and Muzaffarnagar etc

(I) TERMINOLOGY

1 Ready and Forward Business The business transacted in a Commodity market can be subdivided into two groups—
(a) Ready business and (b) Forward business

(a) Ready Business Purchase sale of goods for ready or spot delivery is known as 'Ready business'. It is also known as 'Trading in Actuals'. In case of ready business, the goods are delivered immediately at the time of entering into the contract. The payment may be made either at the time of taking the delivery or afterwards.

(b) Forward Business Contracts for forward delivery are technically termed as 'Futures'. In the case of future business, the terms of the contract for the sale of goods are settled at hand but the delivery of the goods is made at a future date agreed upon by the buyer and seller. Forward transactions are also referred to as 'Future Contracts' or 'Future Positions'. For example, it may be said that a particular speculator has purchased or sold so much of June Future or June Contract or June Position. When two or more futures of the same commodity are running at the same time in the same market, they may be differentiated by the names of the delivery months.

2. Speculation The term 'speculation' is derived from the Latin word 'Speculare' meaning 'to look at from afar'. Therefore, it means the guessing of future events and occurrences. Speculation takes place only in the case of futures. In relation to market transactions, the term speculation stands for the buying or selling of commodities or securities at one time with an object of making profit by selling or buying at another time usually in the same market. It involves the making of profit from the difference between the present and future prices of the goods the speculator buys or sells.

Speculation and Gambling distinguished There is difference between Speculation and Gambling. Gambling is illegitimate.

mate speculation ('Satta'), signifying in the main operations undertaken blindly and ignorantly by speculators in the hope that they will reap rich rewards therefrom. Such transactions include deliberate manipulation of the market. The risk of loss is considerable and some times the whole of the invested capital may disappear. On the other hand, legitimate speculation tends to smooth out fluctuations in price (gambling serves only to accentuate these price fluctuations). Speculation begins where foresight enters and gambling begins where foresight ends.

Types of Speculation Speculation may be 'Rash' 'Hectic' 'Wild' 'Frenzied' or 'Unbridled'. These terms are usually used when there is too much speculation in any commodity.

Types of Speculators. Any body who deals in speculation is known as a 'Speculator'. Speculators may be (a) professionals and (b) Amateurs.

A professional speculator is one who devotes his entire time and attention to the business of speculation and who very carefully studies all the available information on the subject. On the other hand an Amateur speculator is one who does speculation as a side job. Mostly he does not possess any information about the commodity in which he deals.

Speculators may further be subdivided into Bulls, Bears and Stags.

3 Bulls Bulls are those speculators who buy stocks or share in the expectation of rise in their price. They purchase goods or securities which they do not want, in the hope that they will be able to sell them at higher prices before they come into their possession, pocketing the difference. They are in fact optimists, they believe that the price will rise. Bulls are known by different names in the market, namely, 'Bull', 'A long', or a Bull Operator.

4 To Go Long When a speculator acts as a bull, this phrase is commonly used. "The long ride of the Market" is another phrase commonly employed, which also means acting as a bull.

5 Stale Bull When the forecast of the bull goes wrong and the prices fall instead of rising irrespective of his efforts to increase prices, he is called a 'Stale Bull', 'Tired Bull', 'Disappointed Bull' or 'A Disgruntled Bull'.

■ Staunch Bull When a speculator always acts as a bull and never as a bear, he is known as a 'Staunch Bull' or a 'Thorough Bread Bull'.

7 Bull Support The term 'support' signifies 'purchases'. Hence 'purchases made by bulls'. 'Bulls activity' is another phrase conveying the same sense.

8 Bull Factor Any factor which is likely to raise the price of a commodity is known as a bull or bullish factor.

9 Bullish Tendency When the market becomes dearer and prices go on rising, such tendencies prevailing in the market are expressed by the phrase 'Bullish Tendency'.

10 Bullish Outburst Heavy purchases made by bulls in a rising market are referred to as "Bullish Outburst"

11 Bullish Sentiments When the speculators feel that the prices will go up in the market such a sentiment is expressed by the phrase 'Bullish Sentiment'

12 Bull Account. When the speculative purchases of a certain commodity are more than the speculative sales, there is said to be a bull account or 'An Overbought Position' in that commodity

13 Uncovered Account When bulls have made purchases for which they have neither paid nor taken the delivery of the goods there is said to exist an 'Uncovered Account' in the market

14 Bull Liquidation or Bull Unloading A bull speculator always purchases in the hope that the prices will rise in future, but if his forecast goes wrong and prices do not rise, he is compelled to sell his stock at a loss to settle his account before the settlement day. Sale under such circumstances is known as "Bull Liquidation" or 'Unloading by Bulls'

15 Bull Campaign When contrary to the expectation of the bulls the prices go down instead of rising, they try to influence movement of prices by artificial means. They circulate in the market bullish news. Such tactics on the part of the bulls are known as 'Bull Campaign', 'Bull Rigging the Market'

16. Trapped Bulls Bulls are mostly of optimistic sentiments. Sometimes they make heavy purchases in the hope that prices will rise in future and they will earn huge profit. But when the circumstances prove unfavourable, they have to sell to persons who are aware of their bought position and who, therefore, keep out of the market as long as possible and thus force the bulls to accept as low as possible. Under such circumstances, the bulls have to accept whatever prices are offered to them. Thus they are said to be 'Trapped'

17. Bear Bears are persons who sell stocks or shares in the expectations of a fall in their value. They sell in the goods and shares which they do not possess, but rely on being able to buy them at a lower price. The bears are pessimists, they believe the prices will fall and may be regarded as potential buyers

18 To Go Short or Short Side of the Market This phrase stands for acting as a bear

19 Bear Sale or Blank Sale. A forward sale made by a bear who does not possess the goods at the time of selling, but who hopes to buy them before the due date delivery is called a 'Bear Sale', a 'Blank Sale' or a 'Short Sale'

20 Bear Covering A bear speculator sells a future in the hope that prices will go down in future and then he will be able to purchase it at lower prices. But if his calculation goes wrong and the prices begin to rise instead of falling, he will be compelled to start buying. The purchases made by bears under such circumstances are known as 'Bear Covering'

21. Stark Bear A speculator who always acts as a bear and never as a bull is known as a 'Stark Bear'

22 Bear or Bearish Factor Any factor or reason which is likely to bring the prices down is known as a 'Bear or Bearish Factor'

23 Bear Sentiment An idea amongst the speculators that prices will go down is called a 'Bear' or 'Bearish Sentiment'

24 Bear Tendency. When the market shows a trend of falling prices, it is said that a 'Bear Tendency' is prevailing in the market

25 Bear Raid When the bears try to bring down the prices of a commodity in the market by spreading artificial rumours, it is called a 'Bear Raid or 'Bear Tactics' It is the opposite of 'Bull Campaign'

25 Bear Squeeze Sometimes it so happens that the heavy sales of a certain commodity made by bears pass into the hands of persons who know that there is a dear account in that commodity. The latter, therefore, secure as much supply as they can, and then demand a very high price from the bear who has to purchase at the circumstance. Such a bear is said to be 'Squeezed'

27 Bear account or over-sold position When the speculative sales of a certain commodity are more than the speculative purchases there is said to be a 'Bear Account' or an 'Over-sold Position' in that commodity

28 Nervous Bear When the expectations of the bear, speculators go wrong and the prices rise instead of falling, he becomes 'Nervous' and is known as a 'Confused' or 'Nervous Bear'. Sometimes (especially when he suffers a huge loss) he is qualified as 'Broken' or 'Routed Bear'

29 Tenders The quantity of a certain commodity offered to be delivered by the bears on account of their forward sales, is known as 'Tenders'. The goods which are available in a market for the purpose of being delivered in respect of forward contracts, are called 'Tenderable Stock'

30 Stag A stag is a speculator, a 'premium hunter', who buys the shares of a new company with a view to sell them at a premium to genuine investors before allotment

31. Speculative Bout Both the speculators—bulls and bears—try to bring the market under their respective influence. Hence a sort of tug of war is created between them which is technically known as what we call 'Speculative Bout'

32 Section It is that part of a market which deals with one quality, type or description of a commodity, e.g., a Cotton Exchange may have sections for Indian, American, or Egyptian varieties

33 Stock The total amount of the goods available for sale in the market, is called 'Stock'

34 Arrivals Supplies which are brought to the market for sale are known as 'Arrivals'

35. Offerings Commodities put up in the market for sale are termed as 'offerings'.

36 Turnover The total amount of business done on any particular day or during a particular period is technically termed as 'Turnover'. Sometimes the total sales are also known as 'Turn-over'.

37 Offtake It means total purchases made for present or future delivery at a certain time on the exchange.

38 Trade Callings This term refers to the purchases made by the traders.

39 Reaction This term indicates the opposite movement of prices when the upward or downward limit is reached.

40 Small Declines This term stands for slight fall in prices.

41. Glut When the supply of a commodity exceeds its demand and as a result of it the price goes down, it is said that there is a 'Glut' in the market.

42 Snatching When there is a limited supply of a commodity or when low prices are ruling in the market and heavy purchases are being made, it is called 'Snatching'.

43 Under Tone This term refers to future tendency of prices. The word 'Under current' also conveys the same idea.

44 Boom The term 'Boom' refers to a period when the prices are rising and the business is heavy.

45 Slump This term is just the opposite of 'Boom'. It refers to a period when the prices are falling and the business is small.

46 Market Quotation A 'market quotation' is a record of prices and terms on which transactions have been effected on an exchange.

47 Market Price It is the price actually given in current market dealings, i.e., the price at which the demand and supply are equal.

48 Market Value It is that price of a commodity which a person can expect to receive in the market.

49 Pet of the Market It refers to that section of the market which is most popular, having much business and good prices.

50 Haggling It refers to a process through which the buyers and sellers, by their offers and counter offers, agree as to the price at which sale of a commodity can be effected. It is very common in retail market.

51 Unloading It refers to sales.

52 Smart Ports It means sharp rise in prices.

53 Recession It means fall in prices. "Dips" also convey the same.

54 Rallies It means advances in prices.

55 Holders It refers to sellers or holders of stock for sale in the market

56. Pessimism It refers to feeling that the future tendency of the market prices will be downward 'Optimism' is its opposite

57 Settlement Days These are the days fixed by the Stock Exchange authorities for settling forward contracts. It may be fixed fortnightly or monthly. Usually the Settlement continues for three days. On the first day, the parties decide whether the contract is to be closed for cash or postponed for the next settlement day. On the second day the names of purchasers and sellers are handed in. The brokers' receipts for Stocks and Shares are also delivered on the same day. On the third day, money is paid and stock and shares are delivered.

58 Pit Trader or Scalper This term stands for a speculator who purchases during trade season for the sake of gain by resale in the same market and within a very short period.

59 Long Corner When due to their heavy purchases, the speculators occupy a monopoly position in respect of any commodity a long corner is said to exist in the market.

60 Rigging the Market This term is specially used in stock and produce exchanges where the secret operations of bulls and produce force up the price artificially for their own profit but when the prices in a market have not fluctuated according to the expectations of the speculators, they try to manipulate them in their favour by forming an organisation and carrying fictitious transactions. Such an organised attempt on the part of the bulls is known as 'Rigging the market'.

61 Rings and Pools These are associations of speculators. A 'Ring' is formed to withhold the actual supply of a commodity thereby to raise its price for market profits. 'Pool' is an association of producers. It is formed to eliminate cut throat competition among them.

62 Dumping When any business man sells some part of his output in a foreign market at a price lower than that prevailing in the home market, he is said to be 'dumping' in the foreign market. The idea behind this is to throw other competitors in the field and then monopolise and charge high prices.

63 Option. An 'Option' is a right to purchase or sell certain goods within a fixed time at a price settled at the time of the option. This right is obtained by paying a premium which is called 'option money'. The giver or seller of an option is called the 'Option dealer' and the person who obtains the right to purchase or sell is called the 'option-holder'.

Types of Options There are four types of options —(a) Call option, (b) Put Option, (c) Double Option, & (d) Gale Option.

(a) Call Option or Teji Option The 'Call option' gives the right to purchase or not, at the choice of the option holder at an

agreed future date a certain commodity at an agreed price, which is known as the 'striking price'

(b) **Put Option or Mandi Option** The 'Put option' gives the right to sell or not at the choice of the option holder, at an agreed future date and at an agreed price

(c) **Double Option or Teji Mandi Option** It gives the right either to purchase or to sell at the choice of the option holder Indian market, double option (Call & Put Option) is known as 'Nazrana' The buyer of such auction pays double the consideration price

(d) **Gale Option** This gives a right to the buyer, to purchase or sell a certain commodity at a price higher or lower than the current market price ruling on the day of the contract In the case of Gale Option, the important element is price, while 'time' is important for 'double option'

64 Hedging 'Hedging' is a kind of insurance against loss in speculation A hedging transaction may be defined as a purchase or sale for future delivery intended to offset and thereby to protect a transaction already done

Example Suppose a trader has agreed to supply rice at a certain price at some future date Now the trader may purchase ready rice, in which case accommodation and insurance will become essential requiring sufficient money, or, he may purchase it at the time of fulfilling his commitment In this case it is possible that prices of rice may rise and thus the trader may lose on the contract These difficulties can be avoided if he buys a rice future at the time he sold rice for forward delivery Such contract is called 'hedge contract'

Switching Over. More often than not the operators in the future markets seek a transfer from one future position to another due to some reasons This transfer is called 'Switch Over' or 'Change Over' or 'Badla' It is also called 'Satta Karna' For example, if a person, who has brought or sold 'Baisakh Wheat,' finds that the prices are against him before the date of Baisakh settlement, but they are likely to move in his favour thereafter, he may settle his Baisakh Business and enter into 'Bhaudon Contract' i.e. he may 'switch over' from Baisakh to Bhaudon

66 Straddling It is a kind of speculation whereby an operator tries to make profit by speculating—(1) on the difference in prices of different future of a commodity in the same market, or (b) the difference in prices of the same future in two different markets or (c) On the difference in two or more future prices of a commodity in two or more markets Such a speculator is called a 'Straddler,' 'Straddle Operator,' or 'Spreader' The settling of such transactions is called 'Reversal of Straddle'

67 Arbitrage Dealings When the prices of a commodity differ in two or more markets and if the difference is more than the cost of transportation and other incidental charges, the dealers

make simultaneous transactions of purchasing at a place where prices are low and selling the same at a place where prices are high. Such transactions in market terminology, are called Arbitrage Dealings. Such dealings help in equalising the prices of a commodity in different markets.

■ **Square Deal** When a bull sells what he has sold already, it is called 'Square Deal'. When a forward transaction is cancelled by the payment of differences, the operation is variously known as 'Square Deal', 'Settlement' or 'Switch off'.

(II) PHRASEOLOGY

1. **Peak Price** When the price is the highest, it is known as 'Peak Price', 'Top Prices' or 'Cap Price'.

2. **Bottom Price** The lowest price is known as the 'Bottom Prices', 'Rock Bottom' or 'Base Price'.

3. **Medium Price** When the prices are neither too high nor too low, they are represented by the terms 'Moderate', 'Normal', 'Level' or 'Medium Prices'.

4. **With Sellers Over** When the price falls to the lowest limit at which the sellers stop to sell the goods, then this term is used.

5. **With Buyers Over** This term is used when the price rises to the extent that the buyers stop to make purchases.

6. **Dull Irregular, Uncertain or Stagnant** This term is used when the business in the market is done in very small quantities. It is also expressed by the phrase—'The Market remained featureless throughout the day'.

7. **Soft Price** This phrase represents low price indicating downward tendency.

8. **Hard Price or Hard** This phrase represents high price indicating upward tendency.

9. **Firm Foreign Cables** Good orders from foreign countries.

10. **Easy Price or Easy** It means falling price or low price.

11. **Shade Price or Shade** Slight rise or fall in the price of any commodity is represented by this phrase.

12. **Flat Price or Flat Flow Price** It means low Price, i.e., a price almost touching the flow or bottom.

13. **Second Hand Quotations** These are prices which are quoted by the traders or consumers.

14. **First Hand Quotations** Prices which are quoted by producers and manufacturers to consumers or traders directly are called 'First Hand Quotations'.

15. **Heavy or Brisk Volume of Business.** It means that the business was done in very large quantities.

- ✓16 **Buyers of Contracts** The persons who purchase the goods for future delivery are called 'Buyers of Contracts'
- ✓17 **To be Caught Napping** To get surprise when prices move on either side unexpectedly
- ✓18 **Set Back** When prices fall, after a period of brisk business, this term is used.
- ✓19 **Shed the Advance** This term is used when the price falls by the margin of increase over the previous rate. x
- ✓20 **The Basis of Staple Cotton has Advance** The rate of staple cotton has risen.
- ✓21 **An Orgy of Speculative Activity** It means that there is too much or wild speculation in any commodity
- ✓22 **The Market is Heavily Over-Bought** It means that speculative purchases have exceeded speculative sales
- ✓23 **Star Turn** It means that there is some thing specially promising
- ✓24 **Lame Duck of the Market** Some thing easily hunted In the market, those goods whose prices fall considerably are called the 'Lame Duck of the Market'
- ✓25 **Revival of Speculative Interest** When speculators begin to purchase, it is called 'Revival of Speculative Interest'
- ✓26 **Bears Dominate the Market** It means that the bears are controlling the market when the prices go on falling x
- ✓27 **The Market Seems to be Bottomless** It appears that there will be no end to the falling prices
- ✓28 **All Positions** It means all forward deliveries
- ✓29 **Spot Lots** It refers to goods available for giving immediate delivery.
- ✓30 **Trade Calling** Purchases made by merchants are called 'Trade Calling'
- ✓31 **Speculative Failures** It means that the speculators are unable to fulfill their obligations
- ✓32 **Rates are Sagging** It means that the prices are going down
- ✓33 **Improvements** It refers to a rise in price after dull conditions
- ✓34 **Replacement Business** Fresh orders
- ✓35 **Holiday Feeling** It indicates absence of business.
- ✓36 **To Hold Off** To Wait for
- ✓37 **Ardour or Zeal of the Market** It represents the firm tone of the market
- ✓38 **To Wait for the Bottom** It means to wait for the lowest possible prices

39 To Buy Down the Market To buy at the falling price

40 Hazardous Business Risky business

41 Slippery Market It means a market where price movements are uncertain

42 Under the Grip of It means that the market is under the control of

43 April Commitments It means purchases made for April Delivery

44 Shippers Shippers are the exporting and forwarding agents or the representative of the foreign cotton mills who make purchases of raw Indian cotton for exporting to their customers abroad or to their principals

45 Quieter Feeling Due to lack of demand business was very small and prices were falling

46 Up Country Centres Small consuming centres and feeder markets of the Suburb and the State which constitute the regular demand side of the Bombay Piece goods' market

47 Trade Demand. Demand by local mills and up country dealers

48 The Buoyancy of the Market The High tone of the market indicating high prices

49 Cold Weather Lines Cloth suitable particularly of meet winters requirements

(III) MARKET REPORTS AND THEIR EXPLANATIONS

In this section we give below specimen market reports and their explanations

(1) "Bulls were disappointed and they liquidated their holdings inspite of unfavourable weather and other bullish factors"

Explanation This report describes the nervousness of the bulls. They sold their stock at a loss to settle their contracts because they had no hope of a rise in prices. They were so much afraid of the continuous fall in prices that even reports of unfavourable weather, which usually lead to a rise in prices, could not inspire them to wait for some time more

(2) "Jutes have been an irregular market and transactions have been confined largely to inner-leazar dealings, towards the close however, a little more investment enquiry has been noticeable and prices alround on Tuesday were appreciably firmer"

Explanation This is an extract from a Calcutta Share Market report. It tells us that the prices of the shares of Jute companies were undergoing big fluctuations. Hence the investors did not like to deal in them. But some business was done by dealers among themselves. However towards the close of the period, slight

demand came from investors In consequence the prices of all the shares rose on Tuesday

(3)

Bombay, Nov 8, 1961

Cotton futures opened steady around previous levels After declining on speculative selling they shot up by seven to eight points to close at the day's top levels on heavy bear covering A well known operator is said to have covered about 15,000 bales towards close

Jarilla March opened steady at Rs 661/- It lost Rs 2/- earlier to Rs 659/- on realizing, but short up on heavy bear covering to close firm at Rs 670 50

The turn over was estimated at 25,000 bales Among foreign cotton, Budam was done at Rs 1,550/- Burogo at Rs 1,570/- and California at Rs 1,461/-

Explanation The above is a daily report of the Bombay Cotton Market The rates for forward transactions in the market were firm in the beginning Later on a decline was noticed due to the forward sales made by speculators But the prices suddenly rose due to purchases by bears in large quantities A famous bear speculator purchased 15,000 bales to fulfil a past contract The opening rate for future contracts in Jarilla Cotton for March was quoted at Rs 661/- It fell down to Rs 659/- due to sales But the rate went up suddenly to Rs 670 50 when bears made large purchases The total sales of the day were 25,000 bales Transaction in some foreign types of cotton was done at Rs 1,550/- in Budam, Rs 1,570/- in Burogo and Rs 1,461/- in California The market thus shows a tendency of rising prices

(4) "While the intrinsic sentiment was distinctly pessimistic, the general trend in the local wheat market, during the week under review, was indefinite There were violent fluctuations which helped the operators Earlier in the week Jeth option declined by 8 nP per maund, owing to increased selling pressure from local merchants, outside speculators and liquidators But subsequently their selling was absorbed by Hapur and other up-country markets with the result that prices again came up to previous level "

Explanation The above is an extract from the weekly report of a local wheat market It tells us that the prices in the market had a tendency to fall The conditions were on the whole uncertain Due to fluctuations in the prices, both bulls and bears remained active In the early part of the week under review prices declined by 8 nP per maund due to sales made by local merchants but soon the jobbers from Hapur and other upcountry markets appeared as buyers and consequently the prices rose again to its previous level

(5) "A notable feature of the week in the gold market was the unloading by the bull operators of their holdings for May settlement which resulted in the premium of 6 nP. per tola

for this delivery over the June being reversed to 6 nP per tola discount "

Explanation The above is an extract from the report of a gold market. The report says that one important event of the week was large sale by bulls. Prior to sales by bulls, May gold was 6 nP higher than June, but, as the result of bull sales, May price became 6 nP less than June. In other word May gold fell by 12 nP.

Standard Questions

(1) Explain the following terms and phrases —

- (i) Bull Support, (ii) Bull Account, (iii) Bull Outburst, (iv) Uncovered Account, (v) Bear Sale, (vi) Bear Covering, (vii) Stark bear, (viii) Bear Squeeze

(2) Distinguish between —

- (a) Bulls and Bears (b) Ready and forward business (c) Speculation and gambling

(3) Carefully explain the meaning of —

- (a) Straddling, (b) Switching over, (c) Hedging, (d) Double option, (e) Glut, (f) Square deal, (g) Arbitrage Dealings

(4) Give the proper explanation for the following phrases extracted from market reports —

- (i) With buyers over, (ii) Secondhand Quotations, (iii) Brisk volume of business, (iv) The buoyancy of the market, (v) Cold weather lines, (vi) Firm foreign cables

(5) **BOMBAY OILSEEDS**

SHARP FALL IN CASTOR

BOMBAY, April 12—Oilseed futures *started easy here today* and declined considerably towards close *under heavy liquidation* and short selling following hints that the American authorities would soon be releasing huge stocks of seeds and oils from their stockpiles.

Castor May lost more than two points. Groundnut and cottonseed shed half a rupee each, but linseed closed only six nP lower.

Castor commenced lower at Rs 174 87 and after improving to Rs 175 12, dropped to Rs 172 87 and closed at Rs 173 against the previous rate of Rs 175 25. Groundnut futures moved lower to Rs 215 from Rs 217 but latter recovered to close at Rs 216 50. Linseed fluctuated between Rs 33 44 and Rs 33 19 and closed at Rs 33 37. Cottonseed and groundnut oil futures *attracted only small business*.

(1) Explain the italicised expressions

(ii) Give the substance of the above report in your own words

RAJASTHAN UNIVERSITY

PRE-UNIVERSITY EXAMINATION, 1961

BUSINESS METHODS

Section A (भाग अ)

1 On 10 October 1960 Fraser & Sons Ltd London shipped the following goods, per s s 'Rajputana' to Bombay by order of Bansidhar Ramgopal, Cloth Merchants, Ajmer

Ten cases marked B R each containing 500 pieces of artificial silk each piece of 8 yds at $1\frac{1}{4}$ d per yd less $12\frac{1}{2}\%$

The charges in connection with the shipment were — Packing 7 s 6 d per case, Carriage to port 12 s, Dock charges 17 s 6 d, B/L etc 5 s, Freight at 20 s per ton of 40 cu ft plus 10%, the measurement of each case being 60' x 42" x 45", Insurance on £ 250 at 5 s per cent, Commission at 5 s %

You are required to make out the Invoice of the goods

निम्नलिखित विवरण के आधार पर बीजक तैयार कीजिए :—

१० अक्टूबर १९६० को फ्रेजर एण्ड सन्स लिमिटेड, लन्दन निवासी ने बन्सी-धर, रामगोपाल, कपडे के व्यापारी, अजमेर को 'राजपूताना' जहाज से बम्बई को माल भेजा —

१० पेटी कृत्रिम रेशम जिसका मार्का बी० आर० है। प्रत्येक पेटी में ५०० टुकड़े हैं और प्रत्येक टुकड़ा ८ गज है जिसका मूल्य $1\frac{1}{4}$ पैसे की गज है और उस पर $12\frac{1}{2}\%$ की छूट है।

निर्वात करने में नीचे लिखे प्रतिशत खर्च हुए हैं — पैकिंग ७ शि० ६ पे० प्रति पेटी, डेला भाडा १२ शि०, घाट पर के खर्च १७ शि० ६ पे०, जहाजी बिन्टी ५ शि०, जहाजी भाडा ४० घन फुट वाले प्रत्येक टन पर २० शि० तथा १०% प्राइ-मेज (प्रतिशत दलाली), प्रत्येक पेटी का माप ६०" x ४२" x ४५", बीमा २५० पौ० पर ५ शि० सैकड़ा के हिसाब से और भाडत ५ शि० सैकड़ा।

2 Describe the procedure of sending goods by rail from one town to another, and mention the forms or documents which will have to be filled up and the procedure necessary to take delivery of goods

एक स्थान से दूसरे स्थान को रेलगाड़ी द्वारा माल भेजे जाने की व्यवस्था का वर्णन दीजिये । माल भेजने में कौन से फार्म की आवश्यकता पड़ती है तथा माल को किस प्रकार से स्टेशन से छुड़ाया जाता है ?

3 The acceptance of a Bill of Exchange may be either 'general' or 'qualified' Explain these terms and give two examples of a 'qualified acceptance'

बिल पर स्वीकृति दो प्रकार से की जा सकती है—एक साधारण और दूसरी शर्त सहित । इन दोनों की व्याख्या कीजिए और शर्त सहित स्वीकृति के दो उदाहरण दीजिये ।

4 Write short notes on any four of the following —

(a) Bonded Warehouse (b) Letter of Hypothecation (c) Letter of Credit (d) Del Credere Commission (e) Negotiable Instrument (f) Bill of Lading

निम्नलिखित में से किन्हीं चार पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए —

(क) कर देय गोदाम । (ख) अवक पत्र । (ग) साख पत्र । (घ) परिशोध भूमिकर्ता । (ङ) वेचनसाध्य रक्का । (च) जहाजी बिल्टी ।

5 What is a crossed cheque? Explain with examples the significance of the different forms of crossing on cheques

रेखांकित चैक किसको कहते हैं ? चैक को भिन्न २ प्रकार से रेखांकित करने का क्या अभिप्राय है ? उदाहरण देकर समझाइये ।

6 Explain the following terms

(a) Delivery note, (b) I O U, (c) Holder in due course, (d) Days of grace

निम्नलिखित का अर्थ स्पष्ट कीजिये :—

(क) मुपुर्वगो पत्र, (ख) ऋण स्वीकार पत्र, (ग) नियमानुसार धारक, (घ) अनुग्रह दिवस ।

Section B (भाग ब)

7 (a) Messrs Bnargava & Co change their place of business to more suitable quarters on account of increase in business Draft a circular letter as from them to their customers and also a letter to the Post Office intimating the change of address

(b) Explain the portions italicised in the following —

The tone of the sugar market improved appreciably due to bullish activities. Later on the buoyancy of the market was marred by uncertainties regarding the reduction of the import duty. The market opened firm but gave way by the close of the month

Or

Bring out clearly the meaning of the follow

(a) Straddle, (b) Protected Bear, (c) Double Corner, (e) Trapped Bull

८ (घ) कई महीने पहले आपने सुगनचन्द पन्नालाल, भागसा १ का माल उधार चेचा था। उन्होंने आपको १०० रु० भेजे हैं और अन्य माल आर्डर भी दिया है। उनकी रकम की प्राप्ति की स्वीकृति देते हुए कि एक पत्र लि जिसमें उनमें शेष रकम भेजने का उल्लेख हो और उन्हें सूचित कर दीजिये कि आप उधार माल नहीं भेज सकते।

(ब) नीचे लिखे पद्यांश को सरल भाषा में समझाकर लिखिए —

विदेशों में कोई कारोबार न होने के कारण पटसन के सामान के बाजार में आज मुलायमी रही। कल बोरो के भावों में मजबूती का जो रुख दृष्टिगोचर हो रहा था वह भी मंदटियों के दबाव के कारण नहीं टिक पाया।

९ (घ) अपने एक ग्राहक को पत्र लिखिये जिसमें याद दिलाने पर भी पिछले वर्ष अपना हिसाब साफ नहीं किया है। अब हद होते हुए भी पत्र नम्रतापूर्वक लिखिए क्योंकि आप ग्राहक खोना नहीं चाहते।

(ब) निम्नलिखित खण्ड में काली पंक्तियों तथा शब्दों का विस्तोषण कीजिए —

भारत और अमरीका में प्रस्तावित संधि के कारण सराफे में तेजी की भावना रही। तेजदियों के समर्पण के कारण चांदी बापदा मजबूत रहा लेकिन अनधिकृत सोने की आगद की खबरो के फलस्वरूप सोने में कुछ गिरावट आई। जिन्होंने प्रारम्भ में खरीदारी की थी उन्होंने बाद में कटान की बताते हैं।